

การออกแบบกราฟิกจากทฤษฎีสีและเสียงดนตรี
ความสัมพันธ์กันของ ภาพ สี และเสียง ในรูปแบบอัตลักษณ์ของศิลปิน

**GRAPHIC DESIGN BASE ON COLOR AND SOUND
THEORIES FOR MUSIC ARTIST IDENTITY**



ศิลปนิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ศิลปกรรมศาสตรบัณฑิต สาขานิเทศศิลป์
คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
ปีการศึกษา 2557

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ใบอนุญาตศิลปนิพนธ์

การออกแบบกราฟิกจากทฤษฎีสีและเสียงดนตรี
ความสัมพันธ์กันของ ภาพ สี และเสียง ในรูปแบบอัตลักษณ์ของศิลปิน

GRAPHIC DESIGN BASE ON COLOR AND SOUND

THEORIES FOR MUSIC ARTIST IDENTITY



นาย เมธัส แสงแก้ว

Mr. MAYTAS SAENKAEW

คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
อนุมัติให้ศิลปนิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรศิลปกรรมศาสตรบัณฑิต
สาขาวิชา นิเทศศิลป์

อาจารย์ที่ปรึกษาศิลปนิพนธ์.....วันที่.....

(อาจารย์ทรงศิริ พันธุเสวี)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

หัวข้อศิลปนิพนธ์	การออกแบบกราฟฟิกจากทฤษฎีสีและเสียงดนตรี เรื่องความสัมพันธ์กันของ ภาพ สี และเสียง ในรูปแบบ อัตลักษณ์ของศิลปิน GRAPHIC DESIGN BASE ON COLOR AND SOUND THEORIES FOR MUSIC ARTIST IDENTITY
ชื่อ	นาย เมธัส แสงแก้ว
สาขาวิชา	นิเทศศิลป์
กลุ่มวิชา	นิเทศศิลป์
คณะ	สถาปัตยกรรมศาสตร์
ปีการศึกษา	2557
อาจารย์ที่ปรึกษา	อาจารย์ ทรงศิริ พันธุเสวี

บทคัดย่อ

การทำศิลปนิพนธ์นี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาเทคนิคและทฤษฎีใหม่ในการตีความและออกแบบสิ่งที่ไม่เป็นรูปธรรมต่างๆ ให้สามารถออกมาเป็นภาพจำลองที่สามารถอธิบายเข้าใจได้วัตถุประสงค์ของงานนี้คือการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้แก่ศิลปินเพื่อส่งเสริมลักษณะเฉพาะตัวให้เป็นที่น่าจดจำเพิ่มยอดขายและขยายความเข้าใจเชิงศิลปะในส่วนของการดำเนินงาน ได้มีการศึกษาค้นคว้าข้อมูล โดยละเอียดรวมทั้งวิเคราะห์ทฤษฎีต่างๆ เพื่อสร้างองค์ประกอบของงาน โดยรวมและการใช้เทคนิคที่สามารถสื่อถึงเรื่องราวและความหมายได้ดีที่สุด

กิตติกรรมประกาศ

ขอขอบคุณ อาจารย์นิเทศศิลป์ทุกท่านสำหรับแรงผลักดัน คำแนะนำและคำปรึกษา
ขอบคุณครอบครัว สำหรับกำลังใจและแรงผลักดัน สุดท้าย ขอขอบคุณเพื่อนๆนิเทศศิลป์ สำหรับ
คำแนะนำการติชมและความช่วยเหลือ



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อ	ก
กิตติกรรมประกาศ.....	ข
สารบัญ	ค
สารบัญภาพประกอบ.....	จ
บทที่	
1 บทนำ.....	1
ที่มาและความสำคัญของ โครงการ.....	1
วัตถุประสงค์ของโครงการ	1
ขอบเขตของโครงการ	1
แนวทางการบรรลุเป้าหมาย.....	2
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	2
2 การศึกษาค้นคว้าและวิเคราะห์ข้อมูล	3
ประวัติความเป็นมาของดนตรีอิเล็กทรอนิกส์.....	3
ตัวอย่างเครื่องดนตรีอิเล็กทรอนิกส์	3
3 การออกแบบอัตลักษณ์	6
การออกแบบเอกลักษณ์องค์กร.....	6
การออกแบบกับความสัมพันธ์กับอัตลักษณ์กลุ่มบริษัท	6
วัตถุประสงค์ทางอัตลักษณ์ขององค์กร	8
เครื่องหมายหรือสัญลักษณ์.....	10
แนวคิดการสร้างสร้งงานเอกลักษณ์ขององค์กร	11
ความสำคัญของการออกแบบอัตลักษณ์ขององค์กร.....	13
โครงสร้างของอัตลักษณ์.....	14
การสร้างอัตลักษณ์.....	14

	หน้า
4 ทฤษฎีความสัมพันธ์ของ ภาพ สี และเสียง	16
สีกับอารมณ์ความรู้สึก	16
ภาพกับอารมณ์ความรู้สึก	19
เสียงกับอารมณ์ความรู้สึก	20
5 ขั้นตอนการทำงาน	22
สรุปขอบเขตของการออกแบบกราฟิกสำหรับศิลปิน	22
แนวทางการออกแบบ	23
สรุปประเด็นทางการออกแบบ	25
แบบร่างสัญลักษณ์และกราฟิกอื่นๆ	27
ผลงานสำเร็จ	42
6 บทสรุปและข้อเสนอแนะ	55
บทสรุป	55
ปัญหาและข้อจำกัดในการศึกษา	55
ข้อเสนอแนะในการศึกษาในอนาคต	55
บรรณานุกรม	56
ประวัติผู้เขียน	57

สารบัญภาพประกอบ

ภาพที่	หน้า
1 กีบอร์ดไฟฟ้า	4
2 ชินธิไซเซอร์	4
3 แซมเพลอร์	5
4 เทิร์นเทเบิล	5
5 ภาพตัวอย่างการออกแบบอัตลักษณ์องค์กร	15
6 ภาพตัวอย่างการออกแบบอัตลักษณ์องค์กร	15
7 ภาพตัวอย่างตัวอักษร	23
8 ภาพตัวอย่างตัวอักษร	24
9 ตัวอย่างการสรุปข้อมูลเนื้อหา	25
10 ตัวอย่างการสรุปข้อมูลเนื้อหา	26
11 ตัวอย่างการสรุปข้อมูลเพื่อกำหนดขอบเขตของผลงาน	26
12 แบบร่าง โลโก้ อย่างหายาบ	27
13 ภาพเส้นการสัมผัสเทียนและเคลื่อนไหวของคลื่นเสียง	28
14 ภาพปฏิบัติการเคลื่อนไหวและการเปลี่ยนแปลงทางพลังงานในร่างกายของ อารมณ์และความรู้สึกคน	28
15 ภาพการเคลื่อนไหวของคลื่นไฟฟ้าจากเซลล์ประสาทในสมอง	29
16 แบบร่างหน้าปก CD	29
17 แบบร่างหน้าปก CD	30
18 แบบร่างหน้าปก CD	30
19 แบบร่างหน้าปก CD ด้านใน	31
20 แบบร่างหน้าปก CD ด้านใน	31
21 ภาพกล่อง CD โดยรวม	31
22 แบบ Website ของศิลปิน	33
23 แบบร่าง CD บรรจุเพลง	33
24 แบบร่าง Poster	34
25 แบบร่าง Poster	34
26 แบบร่าง Poster	35

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

27	แบบร่าง Poster	35
28	แบบร่าง Poster	36
29	แบบร่างนามบัตร	36
30	อารมณ์ความขัดแย้ง	37
31	อารมณ์ความสุข	38
32	อารมณ์ความหวัง	39
33	อารมณ์ความเศร้า	40
34	อารมณ์ความกลัว	41
35	ภาพแผ่น CD	42
36	ปกหน้า / หลัง กล่อง CD	42
37	กล่องบรรจุภัณฑ์นอก	43
38	ภาพโปสเตอร์	44
39	ภาพโปสเตอร์	45
40	ภาพโปสเตอร์	46
41	ภาพโปสเตอร์	47
42	ภาพโปสเตอร์	48
43	ภาพโปสเตอร์ A2	49
44	ภาพWebsite	50
45	ภาพWebsite	50
46	ภาพWebsite	51
47	ภาพWebsite	51
48	ภาพWebsite	52
49	ภาพWebsite	52
50	ภาพนามบัตร	53
51	ภาพเสื้อสีขาวดำ	53
52	ภาพหมวก พัด แก้วน้ำ	54

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 1

บทนำ

ที่มาและความสำคัญของโครงการ

ความเป็นมาของผลงานชุดนี้มาจากต้องเผชิญกับอารมณ์ของตัวเองหลายๆแบบในชีวิตประจำวันและมักจะสังเกตตัวเองบ่อยครั้ง เพื่อหมั่นพัฒนาและควบคุมตนเอง ในการทำหน้าที่ต่างๆในชีวิตประจำวัน จึงมีความพยายามจะเข้าใจในตัวเองมากขึ้น เลยสื่อสารเรื่องราวผ่านแนวคิดและมุมมองของตัวข้าพเจ้าเองออกมาเป็นงานศิลปะ

วัตถุประสงค์ของโครงการ

1. ศึกษาการออกแบบกราฟฟิกสิ่งพิมพ์เกี่ยวกับดนตรี
2. ศึกษาความเกี่ยวเนื่องของดนตรี สี และอารมณ์
3. ศึกษาการออกแบบกราฟฟิกสำหรับบรรจุภัณฑ์และสิ่งพิมพ์เพื่อการประชาสัมพันธ์ ผลงานเพลงให้สามารถแสดงออกหรือสิ่ง ได้ถึงเนื้อหาและแนวดนตรี อย่างเหมาะสม
4. ศึกษาการทำเว็บไซต์
5. เพื่อส่งเสริมลักษณะเฉพาะตัวของศิลปินให้ดูน่าจดจำ เพิ่มคุณค่าให้ผลงานเพิ่ม โอกาสให้ผลงานเป็นที่นิยมแพร่หลายมากขึ้น

ขอบเขตของโครงการ

1. โลโก้อัลบั้ม
2. ปกหน้าหลังกล่องCD
3. กล่องบรรจุภัณฑ์นอก
4. เพลง
5. Website ของศิลปิน
6. CD1แผ่น บรรจุเพลง
7. Poster A3 5 แผ่น
8. Poster A2 1 แผ่น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

แนวทางการบรรลุเป้าหมาย

1. ศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับแนวคิดที่จะใช้
2. ศึกษาข้อมูลศิลปะแบบ Abstract
3. ศึกษาข้อมูลการออกแบบเอกลักษณ์องค์กร (corporate identity)
4. ศึกษาข้อมูลการออกแบบ โมน์กราฟฟิก
5. ศึกษาเกี่ยวกับความเกี่ยวข้องของทฤษฎีสีกับอารมณ์
6. วิเคราะห์ข้อมูลเพื่อการออกแบบ
7. ทดลองออกแบบ
8. ปรับปรุงแก้ไขผลงาน
9. ผลงานจริง

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

ได้ใช้กระบวนการทางความคิดวิเคราะห์และออกแบบกราฟฟิกได้อย่างเหมาะสมตามเป้าหมายที่วางไว้ และพัฒนาฝีมือทางด้านการออกแบบให้มีความชำนาญยิ่งขึ้นไป

บทที่ 2

การศึกษาค้นคว้าและวิเคราะห์ข้อมูล

ประวัติความเป็นมาของดนตรีอิเล็กทรอนิกส์

ดนตรี (อังกฤษ: music) คือ เสียงและโครงสร้างที่จัดเรียงอย่างเป็นระเบียบแบบแผนซึ่งมนุษย์ใช้ประกอบกิจกรรมศิลปะที่เกี่ยวข้องกับเสียง โดยดนตรีนั้นแสดงออกมาในด้านระดับเสียง ซึ่งรวมถึงท่วงทำนองและเสียงประสาน) จังหวะ และคุณภาพเสียง (ความต่อเนื่องของเสียง พื้นผิวของเสียง ความดังค่อย) นอกจากดนตรีจะใช้ในด้านศิลปะได้แล้วยังสามารถใช้ในด้านสุนทรียศาสตร์ การสื่อสาร ความบันเทิง รวมถึงใช้ในงานพิธี การต่างๆ ได้

ดนตรีอิเล็กทรอนิกส์ (อังกฤษ: Electronic music) เป็นดนตรีที่ใช้เครื่องดนตรี อิเล็กทรอนิกส์ และเทคโนโลยีดนตรีอิเล็กทรอนิกส์ในการผลิตขึ้นมา โดยทั่วไปแล้วความโดดเด่นของดนตรีสามารถเกิดขึ้น โดยใช้เครื่องดนตรีไฟฟ้าอิเล็กทรอนิกส์ และ เทคโนโลยีเครื่องไฟฟ้า ตัวอย่างเช่นเสียงที่เกิดจาก Telharmonium, Hammond organ และกีตาร์ไฟฟ้า ส่วนดนตรีอิเล็กทรอนิกส์แท้ ๆ สามารถใช้เครื่อง Theremin, เครื่องสังเคราะห์เสียง และคอมพิวเตอร์

ดนตรีอิเล็กทรอนิกส์เป็นส่วนประกอบในดนตรีอาร์ตตะวันตก ตั้งแต่ปลาย ทศวรรษ 1960 และได้รับความนิยมในเวลาต่อมา ในปัจจุบันดนตรีอิเล็กทรอนิกส์ใช้ หลากหลายแนวเพลง ตั้งแต่ดนตรีอาร์ตทดลอง หรือดนตรีป๊อป อย่างเช่น เพลงแดนซ์

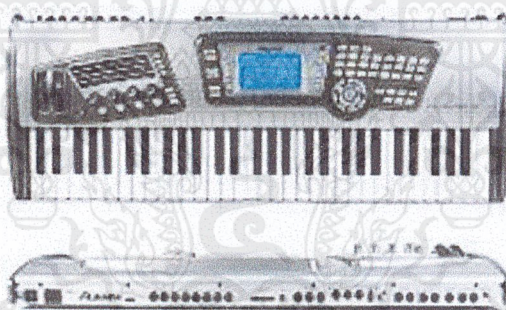
ตัวอย่างเครื่องดนตรีอิเล็กทรอนิกส์

คีย์บอร์ดไฟฟ้า (Electronic keyboard) หรือ คีย์บอร์ด (Keyboard) เป็นเครื่องดนตรีประเภทลิ้มนิ้ว (Keyboard instrument) มีเป็นกคเสียง(คีย์)รูปร่างคล้ายกับคีย์ของ เปียโน คีย์บอร์ดไฟฟ้าจะสร้างเสียงขึ้นมา เมื่อคีย์ของมันถูกกดโดยจะมีการผลิตเสียงผ่านกระแสไฟฟ้า โดยทั่วไปแล้ว คีย์บอร์ดไฟฟ้าจะมีปุ่มตัวเลขเล็กๆ หรือ จานหมุนเล็กๆ สำหรับใช้เปลี่ยนแปลงรูปแบบเสียง เพื่อการร่วมบรรเลงเพื่อเพิ่มอารมณ์ให้กับบทเพลง ที่ต่างกันออกไป



ภาพที่ 1 คีบอร์ดไฟฟ้า

เครื่องสังเคราะห์เสียง หรือ ซินธิไซเซอร์ (อังกฤษ: synthesizer) คือ เครื่องดนตรีอิเล็กทรอนิกส์ออกแบบมาเพื่อสร้างเสียงจำลองโดยใช้เทคนิคต่างๆ เช่น การเพิ่มเสียง การลดเสียง การใช้คลื่นเสียงกล้ำคลื่นวิทยุโดยเปลี่ยนความถี่คลื่น (Frequency Modulate ; FM), การสังเคราะห์เสียงกายภาพ, การทำให้คลื่นเสียงผิดเพี้ยนรูปร่างไป



ภาพที่ 2 ซินธิไซเซอร์

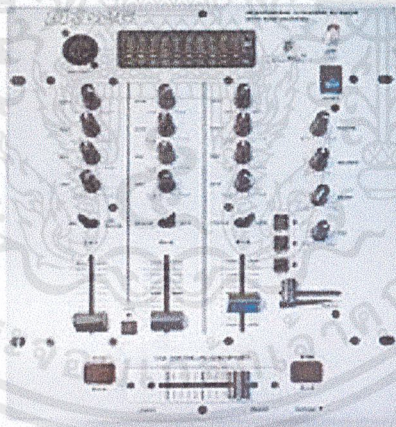
แซมเพลเลอร์ (อังกฤษ: sampler) เป็นเครื่องดนตรีอิเล็กทรอนิกส์ มีความใกล้เคียงกับเครื่องสังเคราะห์เสียงแทนที่จะใช้เสียงที่ได้จากการถูนเทิร์นเทเบิล แซมเพลเลอร์เริ่มจากการนำหลายเพลง (หรือเรียกว่า แซมเพิล) จากเสียงหลายๆ เสียงนำมาใส่โดยผู้ใช้ และ เล่นกลับไปมาโดยขึ้นอยู่กับการปรับแต่งเครื่องดนตรี และเพราะว่าแซมเพิลมักจะเก็บไว้ใน RAM ทำให้การเข้าถึงข้อมูลจึงเร็ว

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 3 แซมเพลอร์

เทิร์นเทเบิล เป็นเครื่องดนตรีประยุกต์เดิมเป็นเครื่องเล่นแผ่นเสียง แล้วก็พัฒนา มาใหม่มาเป็น เล่นแผ่นเสียงที่ทันสมัย ไว้ใช้สำหรับเพื่อคัดัดแปลงให้ได้เสียงที่แปลก ใหม่ไปจากเดิม เป็นเครื่อง ดนตรีที่เปิดเพลงตามโน้ตคีย์บอร์ด หรือตามงานบันทึงต่าง ๆ และ กิจกรรมตามงานต่างๆ เทิร์นเทเบิล ยัง เป็นเครื่องดนตรีใช้สำหรับแต่งเพลง และ รีมิกซ์ จากแผ่นเสียง ส่วนใหญ่ มักจะเป็เพลงแนวฮิปฮอป, บอลทิมอร์คีย์บอร์ด, แคนซ์ และ อื่นๆ ใช้สำหรับ ดีเจ และ นักดนตรี



ภาพที่ 4 เทิร์นเทเบิล

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 3

การออกแบบอัตลักษณ์

การออกแบบเอกลักษณ์องค์กร

ในด้านการตลาด อัตลักษณ์องค์กร หรือ อัตลักษณ์กลุ่มบริษัท (อังกฤษ: corporate identity) เป็นรูปแบบที่เป็นอัตลักษณ์ของหน่วยงานหรือองค์กรซึ่งถูกออกแบบ ให้สอดคล้องกับเป้าหมายทางธุรกิจ ซึ่งแสดงออกมาทางในรูปแบบของแบรนด์และการ ใช้ งานเครื่องหมายการค้าแม้ว่าเรื่องของอัตลักษณ์ จะไม่ใช่สิ่งเดียวที่เกี่ยวกับแบรนด์ (เพราะแบรนด์ประกอบด้วยหลายองค์ประกอบ) แต่เรื่องของแบรนด์กับอัตลักษณ์เป็นเรื่องที่ต้องเกิดขึ้นควบคู่กันอยู่เสมอ เราสามารถสร้างแบรนด์ให้โดดเด่นได้ด้วยงานสร้าง อัตลักษณ์ให้กับแบรนด์ ซึ่งสามารถสื่อสารออกมาได้ 3 ส่วนด้วยกัน คือ การสร้าง อัตลักษณ์ผ่านทางภาพ (Visual Identity) การสร้างอัตลักษณ์ผ่านทางพฤติกรรม (Behavioral Identity) และการสร้างอัตลักษณ์ผ่านการพูด (Verbal Identity เช่น การใช้สโลแกน จึงเกิด เป็นต้น)

การออกแบบสร้าง “อัตลักษณ์” ให้กับองค์กรหรือแบรนด์เป็นงานที่ยากยิ่ง เพราะไม่ใช่เป็นเพียงการออกแบบ “โลโก้” ให้สวยงามแล้วจบ แต่สิ่งที่เราต้องการคือ อัตลักษณ์ด้านภาพที่จะสื่อสารถึงจุดยืน + บุคลิกภาพ รวมถึงวิสัยทัศน์ของแบรนด์ จากนั้นค่อยพัฒนาต่อในเรื่องระบบการใช้โลโก้+การใช้ตัวอักษร + การใช้สี + การใช้ภาพ +++ อื่น ๆ อีกมากมาย ที่จะทำให้ภาพลักษณ์ขององค์กร มีอัตลักษณ์ตามที่ต้องการ

การออกแบบกับความสัมพันธ์กับอัตลักษณ์กลุ่มบริษัท

งานอัตลักษณ์กลุ่มบริษัท เกี่ยวข้องกับการออกแบบ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการออกแบบ กราฟฟิก การออกแบบอัตลักษณ์ขององค์กรในปัจจุบัน นับเป็นยุคของอิเล็กทรอนิกส์ที่มี การนำเอาเทคโนโลยีสมัยใหม่เข้ามาเป็นเครื่องมือ เครื่องใช้และเป็นวัสดุอุปกรณ์ช่วยใน การออกแบบเกิดมีวัสดุสำเร็จรูป และ เครื่องมืออิเล็กทรอนิกส์ที่ช่วยในการทำงานได้ อย่าง มีประสิทธิภาพ ดังเช่น การใช้คอมพิวเตอร์ กราฟิกมาช่วยในการทำ Word Processing การเรียง พิมพ์ การจัดวางรูปแบบของหน้ากระดาษ การสร้างภาพประกอบ การเขียนกราฟแผนภูมิ แผนที่ตลอด จนงานเขียนแบบต่างๆ และที่สำคัญคือ ช่วยในการสร้างภาพ (Visualize) เพื่อหาแนวทางการคิดสร้างสรรค์ได้อย่างรวดเร็วอีกด้วย ความหมายของการออกแบบอัตลักษณ์ขององค์กร (Definition Of Graphic Design) มีผู้ให้คำนิยามของอัตลักษณ์ของ

องค์กร ไว้ว่า การออกแบบ อັคลักษณ์ขององค์กร - ผลงานออกแบบลักษณะต่างๆ เพื่อให้ผู้คนได้อ่าน เช่น หนังสือนิตยสาร การ โฆษณา ภาพยนตร์ โทรทัศน์ นิทรรศการ (Berryman, 1979)

- การถ่ายทอดความคิดและมโนทัศน์ (Ideas And Concepts) ออกมาเป็น โครงสร้างระเบียบแบบแผนต่างๆ ทางทัศนสัญลักษณ์ (Visual Form) , (Laing, 1984)
- การออกแบบที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบเครื่องหมายและการออกแบบเกี่ยวกับ การ พิมพ์ต่างๆ ที่ใช้ในวงการอุตสาหกรรม (อารี สุทธิพันธุ์, 2521)
- จัดว่าเป็นงานออกแบบเพื่อการเผยแพร่ คือ งานออกแบบที่มุ่งชักชวน เรียกร้อง หรือเผยแพร่ผลิตภัณฑ์ บริการและความคิดต่างๆ ซึ่งเป็นงานในลักษณะสิ่งพิมพ์ งานออกแบบหีบห่อ งานโฆษณา (วิรุณ ตั้งเจริญ, 2527)

จากความหมายของการออกแบบอັคลักษณ์ขององค์กรที่อ้างมา จะเห็นว่าเป็นการออกแบบที่มีขอบข่ายงานกว้างขวางมากและมีส่วนเกี่ยวข้อง โดยตรงกับการออกแบบ นิเทศศิลป์ (Visual Communication Design) ในอันที่จะต้องเตรียมการและนำเสนอ ข่าวสาร (Message) ต่อผู้ดูแลผู้อ่านให้สามารถรับรู้ความหมาย และแปลความได้ทาง สายตาโดยการจัด สื่อกลางต่างๆ เช่น ตัวอักษร เครื่องหมายสัญลักษณ์ รูปภาพและอื่นๆ รวมกัน ด้วยกรรมวิธีของการขีด เขียน การพิมพ์ การบันทึกภาพ ตลอดจนเทคนิคการ สร้างภาพต่างๆ ทางเครื่องมือ เครื่องจักรกลให้เกิดเป็นรูปร่างที่ประณีตเรียบร้อยสวยงาม เพื่อการติดต่อสื่อสารและโน้มน้าวจิตใจของกลุ่มเป้าหมายที่ต้องการได้

Gregg Berryman ได้กล่าวว่า นักออกแบบอັคลักษณ์ขององค์กรมักจะทำงานที่เกี่ยวข้องกับสิ่งต่อไปนี้ คือ

- สัญลักษณ์ (Symbols)
- เครื่องหมาย (Sign System)
- หนังสือ (Books)
- นิตยสาร (Magazines)
- หนังสือพิมพ์ (Newspapers)
- โฆษณา (Ads)
- นิทรรศการ (Exhibits)
- แคตตาล็อก (Catalogues)
- บรรจุภัณฑ์ (Packages)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- แผ่นพับ (Brochures)
- โปสเตอร์ (Posters)
- แผนที่ (Maps)
- ป้ายโฆษณา (Billboards)
- การประชาสัมพันธ์ (Promotions)
- หัวจดหมาย (Letter Heads)

วัตถุประสงค์ทางอัตลักษณ์ขององค์กร

1. วัตถุประสงค์ทางด้านจิตวิทยา (Psychology Objective) วัตถุประสงค์ทางด้านจิตวิทยาคือ การต้องการให้ผู้บริโภคเกิดความรู้สึก ความเชื่อมั่น เกิดความเข้าใจในตัวสินค้าและยอมรับในตัวสินค้าและในอัตลักษณ์ขององค์กรปัจจุบันวัตถุประสงค์ทางจิตวิทยาที่สำคัญคือความ ต้องการที่จะสร้างให้ผู้บริโภคเกิดความรู้สึกประทับใจในร้านที่เข้า
2. วัตถุประสงค์ทางด้านพฤติกรรม (Action Objective) วัตถุประสงค์ทางด้านพฤติกรรมคือ การที่ต้องการให้ผู้บริโภคแสดงพฤติกรรมตอบสนองการจูงใจของอัตลักษณ์ขององค์กรเช่น กระตุ้นให้เกิดการเข้าร้านตลอดจนการกระตุ้นให้ผู้บริโภคแสวงหาข้อมูลเกี่ยวกับรายละเอียดในตัวร้าน เป็นต้น
3. วัตถุประสงค์ทางด้านภาพพจน์ (Corporate Objective) วัตถุประสงค์ทางด้านภาพพจน์ของร้านเพื่อให้ผู้บริโภคเกิดทัศนคติที่ดี มีความนิยมชมชอบต่อร้านอาหาร เช่น ให้ผู้บริโภคเห็นว่าร้านมีความห่วงใยต่อสังคม มีความรับผิดชอบต่อลูกค้า เป็นต้น ซึ่งเมื่อผู้บริโภคเกิดทัศนคติที่ดี มีภาพพจน์ที่ดีต่อร้านอาหารแล้ว สิ่งเหล่านี้ก็จะมีผลต่อยอดขายของร้านนั้น เป็นต้น

จุดจับใจ (Appeal) คือวิธีการกระตุ้นให้ผู้บริโภคเกิดความปรารถนา หรือมีความต้องการสามารถดึงดูดผู้บริโภคเป้าหมายให้เกิดความต้องการบริโภค สินค้านั้นได้ จุดจับใจเป็นแนวหลัก (Theme) ของโฆษณาซึ่งนั่นว่าจะใช้สิ่งใดจับใจผู้บริโภคเป้าหมาย เราจึงต้องว่าผู้บริโภคต้องการอะไร เช่นต้องการความสะดวกสบาย ต้องการความภาคภูมิใจ เป็นต้น ซึ่งเมื่อเราทราบลักษณะความต้องการของผู้บริโภคแล้วก็เป็นาง่ายที่จะหาจุด จับใจ (Appeal) มาจับใจผู้บริโภค ซึ่งการหาจุดจับใจ (Appeal) สามารถทำได้หลายวิธีด้วยกันเช่น

1. ตรวจสอบ (Inspection) คือวิธีการตรวจสอบดูว่าบริษัทที่ผลิตสินค้านั้นหรือบริการนั้นมีอะไรเด่น บ้าง และตัดสินใจว่าน่าเอาจุดเด่นนี้มาใช้ในการโฆษณาสินค้า วิธีการเป็นวิธีที่ต้องอาศัยการตัดสินใจโดยบุคคลหรือกลุ่มบุคคลเป็น บรรทัดฐาน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2. วิธีที่ใช้การวิจัยทางจิตวิทยาเข้ามาช่วย (Consulting Lists of Inspective Tendency) เป็นวิธีการค่อนข้างมีระเบียบ ซึ่งชี้ให้เห็นว่ามนุษย์ถูกกระตุ้นด้วยแรงผลักดันทางจิตวิทยาและสรีระวิทยา สิ่งเหล่านี้ใช้ให้เป็นประโยชน์ในการโฆษณาสินค้าดังที่เราจะเห็นว่า เมื่อต้องการโฆษณาเกี่ยวกับอาหาร โฆษณานี้จะต้องเป็นไปในลักษณะที่เสนอความพอใจทางด้านจิตวิทยาที่เกี่ยวกับความหิวเกิดความอยากรับประทานอาหารที่โฆษณานั้น
3. การจดบันทึกความคิดเห็นต่างๆ เกี่ยวกับสินค้านั้นๆ (Conventional Source of Ideas) ความชอบความไม่ชอบของลูกค้า ความสามารถในการซื้อของลูกค้าตลอดจนความประทับใจของลูกค้า
4. การวิจัยที่มีจุดประสงค์ที่จะได้ความคิดเห็นและข่าวสารที่เป็นประโยชน์ จากบุคคลที่มีความคิดสร้างสรรค์ (Creative Research) จะได้ทราบว่าควรจะใช้จุดจับใจ (Appeal) ใดในสถานการณ์หนึ่งๆ

มีข้อสังเกตว่าการเลือกใช้จุดจับใจ (Appeal) ในการโฆษณาเพื่อให้มีประสิทธิภาพนั้นย่อมขึ้นอยู่กับองค์ประกอบ ความเหมาะสมในหลายๆ ด้านประกอบกัน นอกจากนั้นยังขึ้นอยู่กับสังคมในแต่ละสมัยด้วยกล่าวคือในการโฆษณาสินค้าแบบ หนึ่งแล้วประสบความสำเร็จ แต่ในอีกสมัยหนึ่งการใช้จุดจับใจ (Appeal) แบบเดิมอาจล้มเหลวก็ได้

คำขวัญ (Slogan) เป็นข่าวสารที่ผนึกรวมความคิดที่สำคัญเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ หรือเหตุผลในการซื้อผลิตภัณฑ์ เพื่อให้ผู้บริโภคพัฒนาความนึกคิดที่เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์และจดจำตราयीหือได้ คำขวัญเป็นเครื่องมือทำให้แผนการรณรงค์โฆษณารวมกันเป็นเอกภาพและดำเนินงานได้อย่างต่อเนื่องกันไป (continuity and Unity to Advertising) กล่าวคือ โฆษณาสินค้าตัวเดียวในโฆษณาชุดต่างๆ กันมีเนื้อเรื่องที่เปลี่ยนไป แต่คำขวัญยังคงเดิม นอกจากนี้คำขวัญจะทำหน้าที่ก่อให้เกิดบุคลิกภาพที่แน่นอนและจำได้ง่ายสำหรับ ผลิตภัณฑ์อีกด้วย คำขวัญมี 2 ประเภท คือ

1. พูดพาดพิงถึงสินค้า (Product Personality) เช่น “ที่สหธนาคารคุณสำคัญเสมอ” , “ธนาคารทหารไทย รั้งใช้ประชาชน” เป็นต้น
2. พูดพาดพิงถึงผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย (Target Personality) เช่น “คู่เศรษฐกิจไทย คู่ใจประชา” , “บริการทุกระดับประทับใจ” เป็นต้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ลักษณะการเขียนสำคัญ (Slogan) ดังนี้ คือ

1. ควรรวมตราชี้หรือตราบริษัทเข้าไปในผลิตภัณฑ์ด้วยเพื่อป้องกันความสับสนสำหรับผู้บริโภค “ธนาคารนครหลวงไทย ธนาคารที่คุณวางใจ”
2. ควรรวมความคิดและเรื่องราวสำคัญส่วนมากไว้เช่น คุณภาพสินค้า เพื่อจะได้เห็นความแตกต่างจากชี้หรืออื่น ได้ชัดเจน
3. ควรจะสั้นและจดจำได้ง่าย เพื่อให้ผู้บริโภคจะสามารถจดจำได้ทุกๆ คำและระลึกถึงความสำคัญที่เกี่ยวข้องได้
4. ควรสร้างให้เกิดความเฉพาะตัวและมีลักษณะเด่นเป็นพิเศษ ไม่ให้เกิดการลอกเลียน แบบจากผลิตภัณฑ์ชี้หรืออื่น ขณะเดียวกันก็ต้องสามารถประยุกต์ใช้กับผลิตภัณฑ์หลายชนิดภายใต้ชี้หรือเดียวกันได้
5. มีสัมผัสและจังหวะเพราะจะทำให้ผู้บริโภคสามารถจดจำคำขวัญได้ง่ายโดยควรใช้ภาษาธรรมดาที่ไม่ลำสมัยง่าย

เครื่องหมายหรือสัญลักษณ์ (Logo)

เป็นผลของการออกแบบกราฟิกที่เกี่ยวข้องกับสัญลักษณ์ (Symbolism) อันได้แก่ ภาพสัญลักษณ์และเครื่องหมายต่างๆ ที่ช่วยสร้างอัตลักษณ์ได้แก่สินค้าและบริษัทผู้ผลิตเช่นการออกแบบตราสัญลักษณ์ของสินค้าและบริษัทให้มีเอกลักษณ์แบบเฉพาะตนเอง เพื่อความจำจำ ความเชื่อถือ และตราตราผู้บริโภคตลอดไป ซึ่งมีลักษณะแตกต่างกันดังนี้

1. สัญลักษณ์ (Symbol) มีลักษณะเป็นเครื่องมือที่ไม่ใช้ตัวอักษรประกอบ ใช้สำหรับ แสดงบอกถึงการร่วมกัน เช่น บริษัท องค์กร สถาบันที่ก่อตั้งขึ้น โดยกฎหมาย
2. ภาษาภาพ (Pictograph) ไม่ใช่ภาษาทางตัวอักษรประกอบ แต่ใช้ภาพบอกแทน หรือสื่อความหมายด้วยภาพให้ทราบถึงทิศทาง กิจกรรม หรือแทนสิ่งเฉพาะเช่นเครื่องหมายบอกทิศทางความปลอดภัย การคมนาคม
3. เครื่องหมายตัวอักษร (Letter Marks) มักอยู่ในรูปตัวอักษรที่เกิดจากการย่อเอาตัวอักษรออกมาจากคำเต็มหรือชื่อเต็ม ขององค์กร บริษัท สถาบันต่างๆ ออกมาใช้เป็นเครื่องหมายแสดงแทน
4. ชื่อหรือคำเต็มที่เป็นตัวอักษร (Logo) และอ่านออกเสียงได้ตามหลักไวยากรณ์ของภาษาโดยใช้ตัวอักษรเพียงเท่านั้น
5. เป็นการผสมผสานระหว่างภาพและตัวอักษร (Combination Marks) เข้ามาใช้ร่วมกัน และสัมพันธ์กันอย่างเหมาะสม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

6. เครื่องหมายการค้า (Trademarks) ซึ่งอาจจะมิได้หลายลักษณะที่ได้กล่าวไว้ทั้ง 5 ประการ ขึ้นอยู่กับว่าเจ้าของกิจการต้องการให้เครื่องหมายของตนเองอยู่ใน ลักษณะใด ก็เลือกใช้ตามความเหมาะสม

แนวคิดการสร้างสรรค้งานเอกลักษณ์ขององค์กร

โดยทั่วไปแล้วการเอ่ยถึงการสร้างอัตลักษณ์ขององค์กร (อัตลักษณ์กลุ่มบริษัท) เป็นโฆษณาในเชิงกลยุทธ์ที่จะนำไปสู่จุดมุ่งหมายที่บริษัทต้องการ นั่นคือ โฆษณาสถาบันสามารถเป็นเครื่องมือที่จะสร้างอิทธิพลต่อการรับรู้เกี่ยวกับบริษัทในหมู่มหาชนได้ตามความต้องการของบริษัท หรือสถาบันนั้นๆ ดังนั้นเมื่อการสร้างอัตลักษณ์ขององค์กรเป็น กลยุทธ์การสร้างภาพพจน์สถาบัน ที่มีอิทธิพลต่อการรับรู้เกี่ยวกับบริษัทในหมู่มหาชนแล้วจะก่อให้เกิดอะไรขึ้นบ้าง ผู้บริหารระดับสูง (Chief Executive Officer) จะเป็นผู้มีบทบาทในการรับผิดชอบของส่วนองค์กร ซึ่งจะต้องมีการระบุจุดมุ่งหมายหรือวัตถุประสงค์ ในการสร้างภาพพจน์โดยสืบเนื่องมาจากจุดประสงค์หลักขององค์กร (Corporate's purpose/goal) ที่ตั้งขึ้นมารวมทั้งภาระหน้าที่ที่องค์กรต้องทำต่อไปยาวไกลถึงอนาคตแต่โดยวัตถุประสงค์เบื้องต้นของการทำอัตลักษณ์ขององค์กรแล้ว คือการขยายภาพพจน์ขององค์กรให้กว้างออกไป เป็นการประกาศถึงชื่อบริษัท (Corporate name) สัญลักษณ์ (Logo) ไปสู่กลุ่มเป้าหมายอันได้แก่กลุ่มลูกค้า (Consumers) ผู้จะมาเป็นลูกค้า (Prospects) ได้ทราบถึงความสามารถและศักยภาพในการไปสู่ความสำเร็จของบริษัท เพื่อเป็นการกำหนดการสร้างการรับรู้เกี่ยวกับบริษัทในหมู่มหาชน (Publics) ในกรณีนี้ ร้านเพิ่งตั้งขึ้นมาใหม่และต้องการสร้างความรู้จัก, การจดจำชื่อใหม่ (New Name) สัญลักษณ์ (Logo) โดยการสร้างเอกลักษณ์ (Identity) ที่ใหม่และเหมาะสมไปสู่มหาชน โดยความสำเร็จของการณรงค์โฆษณาสถาบัน จะมาจาก การที่ผู้บริหารระดับสูงนิยาม จุดประสงค์หลักขององค์กรได้เหมาะสมและถูกรับ (Percept) ในเอกลักษณ์ที่โดดเด่น และแตกต่าง (Separate Identity) ซึ่งจะก่อให้เกิดผลประโยชน์ตามมามากมาย โฆษณา สถาบันกับการวางตำแหน่งทางการตลาด เป็นการสร้างความตระหนักรู้ (Awareness) และการยอมรับ (Acceptance) ให้เกิดขึ้น มีการใช้การโฆษณาสถาบันเพื่อเปลี่ยนการรับรู้ (Perception) ของมหาชนและสร้างการตระหนักรู้ที่เป็นจริง (Realistic Awareness) ของ สถาบันในการตลาดธุรกิจขึ้นมา แทนอาจมีผลที่ต่างไปจากนี้แต่ผลที่ต้องการได้รับคล้าย คลึงกันคือ การให้ความรู้กับกลุ่มเป้าหมาย (Target Audience) เกี่ยวกับบริษัทที่ดีเพื่อจะ นำไปสู่ความเข้าใจที่ยังผลทันยิ่งใหม่คือ การยอมรับในบริษัทสินค้าและนโยบายของ บริษัทด้วย ในการสร้างตำแหน่งทางการตลาดของสถาบันก็เหมือนการสร้างบุคลิกพิเศษ เฉพาะตัว (Unique Personality) ของสถาบันขึ้นมาเป็นการสร้างอัตลักษณ์ที่มั่นคง (Strong Identity) แล้วทำการสื่อสาร ไปสู่กลุ่มเป้าหมาย โดยต้องคำนึงว่าเป็นบุคลิกที่เป็น หนึ่งเดียว

(A Single Personality) ที่เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายที่เลือกสรรแล้ว และบุคลิกนั้น ต้องเป็นบุคลิกที่เป็นจริง สามารถสร้างความเชื่อถือ โดยที่การยอมรับในตลาดธุรกิจของสถาบันที่สร้างขึ้นมาต้องสามารถสื่อสารได้อย่างชัดเจนว่าองค์กรถูกจัดสร้างขึ้นมาเพื่อภารกิจหน้าที่ใด และอะไรคือวัตถุประสงค์ที่นำไปสู่จุดมุ่งหมายและมีนโยบายในการทำงานอย่างไร ซึ่งโดยทั่วไปแล้วการรณรงค์โฆษณาสถาบันที่บ่งบอกคุณลักษณะ (Character) ของบริษัทจะประกอบด้วย

1. ไม่ซับซ้อน (Simplicity) ไม่ซับซ้อนเน้นแนวคิดเพียงบางแนวคิดเดียว ซึ่งสามารถจะพัฒนาเป็นแนวคิดสร้างสรรค์ได้หลากหลายในเวลาต่อไป
2. การมีลักษณะเฉพาะตัว (Uniqueness) การมีลักษณะเฉพาะตัวโดยแนวคิดหลักที่เลือกมาต้องมีความแตกต่างไปจากคู่แข่งเช่น ถ้าเสนอลักษณะเฉพาะตัวในเรื่องของเทคโนโลยี ก็ต้องพูดถึงความชำนาญและเทคโนโลยีสมัยใหม่
3. ความเหมาะสม (Appropriateness) ความเหมาะสมที่โฆษณาสถาบันจะต้องดึงความสนใจของคนมาสู่คุณลักษณะของตัวบริษัท โฆษณาสถาบันที่ประสบความสำเร็จต้องสอดคล้องกับคุณลักษณะ หรือวัตถุประสงค์ของบริษัท
4. การมีความสัมพันธ์กัน (Relevance) การมีความสัมพันธ์กัน โฆษณาสถาบันที่ดีจะต้องเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายที่คัดสรรไว้แต่แรก
5. การมีสายตายาวไกล (Foresight) การมีสายตายาวไกลโดยวัตถุประสงค์หลักของโฆษณาเพื่อสร้างภาพพจน์คือการเข้าถึงผู้รับก่อนที่เขาจะมีทัศนคติกับบริษัทในเชิงลบเพราะฉะนั้นการโฆษณาประเภทนี้จะเข้าไปปรับมุมมองของผู้รับที่มีกับบริษัทในทางที่ถูกต้อง
6. ความต่อเนื่อง (Continuity) ความต่อเนื่องเป็นปัจจัยของการโฆษณาสถาบันที่ประสบผลสำเร็จ เพราะการโฆษณาประเภทนี้ต้องการให้การพบเห็นติดต่อย่างต่อเนื่องในระยะเวลาหนึ่ง
7. ความน่าเชื่อถือ (Credibility) ความน่าเชื่อถือ การโฆษณาสถาบันแม้จะวางแผนอย่างดีหรือเงินทุนดี แต่จะไม่ประสบความสำเร็จถ้าไม่อ้างอิงเกี่ยวข้องกับสิ่งที่เป็นจริง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

อย่างไรก็ตามเครื่องหมายบริษัท (Corporate Marks) ที่ดีจะต้องประกอบด้วยสิ่งต่างๆ ดังนี้

1. เป็นต้นฉบับคือไม่ลอกเลียนแบบใคร และโดดเด่น
2. อ่านง่าย ชัดเจน
3. เข้าใจง่าย
4. จดจำได้ง่าย
5. เกี่ยวเนื่องกันดีกับบริษัท
6. สามารถปรับเปลี่ยนเพื่อใช้กับงานกราฟิกอื่นๆ ได้ง่าย

ความสำคัญของการออกแบบอัตลักษณ์ขององค์กร

การออกแบบอัตลักษณ์ขององค์กร มีส่วนสร้างสรรค์สัญลักษณ์และข้อตกลงร่วมกันของคนในสังคมโดยเข้ามามี ส่วน ช่วยเสริมการรับรู้ทางการมองเห็น เป็นคู่ทางหรือสื่อกลาง ช่วยการรับรู้แห่งข้อตกลงต่างๆ ให้มีประสิทธิภาพ มีความชัดเจน มีผลกระทบทางด้านจิตวิทยาในอันที่จะระลึกถึง และเป็นเครื่องหมายแห่งความทรงจำข้อเตือนใจ ข้อควรระวังใน ระบบระเบียบของกฎเกณฑ์และความเชื่อที่จะปฏิบัติต่อกันไปเพื่อความคงอยู่ของสังคมที่สงบร่มเย็นเช่นที่ปรากฏอยู่เป็นเครื่องหมาย สัญลักษณ์ และข้อตกลงต่างๆ เช่น สัญลักษณ์แทนศาสนา ลัทธิ เครื่องหมายจราจร เป็นต้น ซึ่งเครื่องหมายสัญลักษณ์ต่างๆ ทางอัตลักษณ์ขององค์กรนี้จำเป็นต้องอาศัยการ ออกแบบให้มีขนาดรูปทรงที่ชัดเจน เรียบร้อย สวยงาม และเหมาะสมกับอำนาจ ทางการมอง (Visual Perception) ของมนุษย์

1. การออกแบบอัตลักษณ์ขององค์กรเป็นสื่อแสดงแห่งพลังการสร้างสรรค์ความ เจริญก้าวหน้าทางวิชาการทั้งหลายที่คิดค้นขึ้นล้วนแต่เกิดจากการถ่ายทอด ความคิดสร้างสรรค์ก็ออกมาผ่านการขีดเขียนหรือการสร้างภาพ(Image)ทางลักษณะของงานอัตลักษณ์ขององค์กรด้วยกันทั้งนั้น เพราะเป็นคู่ทางที่สามารถ รองรับความคิดฉับพลันและการกระทำของมนุษย์ได้รวดเร็วที่สุด แม้กระทั่ง มีการขัดเกลาแก้ไขดัดแปลงและนำเสนอ (Presentation) รูปร่างของความคิดหรือการประกอบเพื่อสร้างต้นแบบและคำอธิบายที่เป็นสื่อแสดง ให้ผู้ดูได้รู้ได้เห็นเกิด ความสนใจ เข้าใจและคล้อยตามในความคิดสร้างสรรค์ที่ ได้เพียรพยายามขึ้นมา ดัง เช่น การเขียนแบบทางวิศวกรรม สถาปัตยกรรม เครื่องจักรกลต่างๆ ตลอดจน งานงานสร้างสรรค์ศิลปกรรมแขนงอื่นๆ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2. การออกแบบอัตลักษณ์ขององค์กรเป็นการเสริมสร้างแต่งข่าวสารให้ดึงดูด สายตาและน่าสนใจขึ้น โดยการปรับปรุงเพิ่มเติมเสริมแต่งด้วยทักษะทางศิลปะและให้หลักจิตวิทยาการรับรู้เข้าช่วย เช่นการจัดวางรูปแบบของข้อความ รูปภาพ เปลี่ยนขนาด การเสนอข้อความที่กระทัดรัดได้ใจความ เป็นต้น
3. การออกแบบอัตลักษณ์ขององค์กร ช่วยส่งเสริมความเจริญก้าวหน้าทางธุรกิจ การค้าและวงการอุตสาหกรรม

โครงสร้างของอัตลักษณ์

1 แก่นของเอกลักษณ์ (Core Identity) แสดงถึงความเป็นแก่นของตราสินค้า โดยแก่นของเอกลักษณ์จะประกอบไปด้วยส่วนที่ทำให้ตราสินค้าเป็นเอกลักษณ์และมีคุณค่าเช่น เครื่องดื่มเป๊ปซี่ เต็มที่กับชีวิต

2 ส่วนขยายเอกลักษณ์ (Extended Identity) เป็นส่วนประกอบที่ช่วยเสริมให้องค์กรมีลักษณะรูปแบบที่เฉพาะตัวและมีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้นเป็นการสร้างจิตวิญญาณให้กับองค์กรบ่งบอกถึงความเป็นองค์กรที่เป็นการสะท้อนให้เห็นภาพที่เป็นจุดยืนขององค์กร เช่น สโลแกน สัญลักษณ์ หรือรวมไปถึงตัวผลิตภัณฑ์

การสร้างอัตลักษณ์

โดยทั่วไปแล้วตราสินค้าที่แข็งแกร่งจะต้องแสดงให้เห็นถ้อยคำเฉพาะ คำขวัญ สีฉันทน์ และสัญลักษณ์หนึ่ง ตลอดจนเรื่องราวใดเรื่องราวหนึ่งคำเฉพาะ ชื่อตราสินค้าที่แข็งแกร่ง เมื่อเอ่ยกับคนที่อยู่ในตลาดเป้าหมายควรกระตุ้นให้นึกถึงคำอื่นๆและต้องเป็นคำที่ชื่นชอบ เช่น “การบินไทยรักคุณเท่าฟ้า”

1 คำขวัญ มีบริษัทหลายแห่งที่ประสบความสำเร็จกับเพิ่มคำขวัญ หรือข้อความห้อยท้ายชื่อบริษัทหรือตราสินค้าของตน โดยจะได้รับการกล่าวถึงซ้ำๆ ในโฆษณาทุกชิ้น หรือ ปรากฏตามสื่อทุกสื่อที่กลุ่มเป้าหมายมีโอกาสพบเห็น ผลของการใช้คำขวัญเดียวกันแล้วครั้งแล้วครั้งเล่า สร้างภาพลักษณ์ตราสินค้าของคนโดยไม่รู้ตัว เช่น การบินไทยรักคุณเท่าฟ้า รีเจนซี่ บรันดีไทย เป็นต้น

2 สีฉันทน์ การใช้สีฉันทน์ที่เหมาะสมมีส่วนช่วยในการจดจำตราสินค้ามากที่สุด เช่น ธนาอากาศิกร ใช้สีเขียว ธนาคาไทยพานิชย์ ใช้สีม่วง ธนาคารกรุงศรีอยุธยาใช้สีเหลือง เป็นต้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3 **สัญลักษณ์และโลโก้** การใช้สัญลักษณ์หรือโลโก้ก็เป็นการสื่อสารที่ดีและได้ผลมาอย่างยาวนาน องค์กรต่าง ๆ ได้สร้างตราสัญลักษณ์หรือดีไซน์ที่เป็นนามธรรม ซึ่งกลายเป็นสิ่งที่ทำให้ลูกค้าจดจำ



ภาพที่ 5 ภาพตัวอย่างการออกแบบอัตลักษณ์องค์กร



ภาพที่ 6 ภาพตัวอย่างการออกแบบอัตลักษณ์องค์กร

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 4

ทฤษฎีความสัมพันธ์ของ ภาพ สี และเสียง

สีกับอารมณ์ความรู้สึก

นักจิตวิทยาเชื่อว่าสีมีความสัมพันธ์กับร่างกายจิตใจอารมณ์ของเราทุกคนสีบอกความเป็นตัวตนสีโทนร้อนเช่นสีแดง สีส้ม สีเหลือง สีม่วง ให้ความรู้สึกที่ต่าง จากสีโทนเย็นเช่นสีขา สีเขียว สีฟ้า สีชมพู เป็นต้น สีโทนร้อนหรือสีโทนเย็นจะไป กระตุ้นต่อมไพเนียล ซึ่งจะส่งผลถึงฮอร์โมน ให้ความรู้สึกจิตใจ อารมณ์ของแต่ละบุคคล

1 สีแดง

เป็นสีแห่งอำนาจแสดงถึงการมีพลังและความทะเยอทะยานจึงช่วยพิชิตความคิดเห็นในทางลบหรือการมองโลกในแง่ร้ายอย่างไรก็ตามสีเจดนีอยู่ในกลุ่มของโทสะและ การฉุนเฉียวด้วย

2 สีชมพู

สีชมพูเป็นสีที่มีลักษณะปลอดโปร่งโลมให้จิตใจและความรู้สึกต่างๆสงบลงใน ขณะเดียวกัน ก็ให้ความรู้สึกของการมีน้ำใจดี จิตใจกว้างขวาง อบอุน และทะนุถนอม ซึ่งตรงกันข้าม กับสีแดงถ้าหากมีสีชมพูอยู่รายรอบจะทำให้ รู้สึกถึงการปกป้อง

3 สีส้ม

สีส้มเป็นสีแห่งความเบิกบานและความรื่นเริงเป็นความรู้สึกที่อิสระและได้รับการปลดปล่อย ละวางจากความสงสารหรือสมเพชตนเอง ลดการเห็นแก่ตัวและยินดีที่จะให้หรือแบ่งปัน เป็นความรู้สึกที่เกิดจากก้นบึ้งของจิตใจที่ต้องการปรับปรุงชีวิตให้ สดใส สีส้มเป็นสีแห่งความสร้างสรรค์ อบอุน สดใสมีสติปัญญาเต็มเปี่ยมไปด้วยการ ทะเยอทะยาน มีพลัง แต่ก็มีการระมัดระวังตน

4 สีเขียว

สีเขียว เป็นสีที่มีความสัมพันธ์อย่างแน่นแฟ้นกับธรรมชาติช่วยให้เรามีอารมณ์ร่วมกับสิ่งอื่นๆ ตลอดจนธรรมชาติต่างๆรอบตัวเราได้ง่ายสีเขียวจะช่วยสร้างสรรค์บรรยากาศของความสบาย ผ่อนคลาย สงบ ก่อให้เกิดความรู้สึกสัน โดษ ว่าวเปล่า สมดุล และละวาง แต่ถ้าเป็นสีเขียวเข้ม มีความหมายของการ

หลุดพ้นความพหุดีและถ่อมตน เป็นสิ่งที่ปฏิเสธต่อความรักและความสนุกสนาน ในขณะที่สี่เหลี่ยมจะกอกจะมีผลต่อ ร่างกาย และความรู้สึก จนอาจทำให้ร่างกายป่วยได้ สีเหลือง-เขียว จัดอยู่ในกลุ่มของ ความ อัจฉา อารมณ์ความริษยา ขุ่นข้องหมองใจ คับแค้นใจ ตลอดจนเป็นการแสดงถึง ความรู้สึกที่ปรารถนา จะครอบครอง

5 สีเหลือง

สีเหลืองมักเป็นสีของความ สุข ความเบิกบาน ความมีชีวิตชีวา งานเฉลิมฉลอง เป็นสีของความ แจ่มใสมักจะเกี่ยวข้องกับชาวสติปัญญาข้างในและพลังของความคิดเป็นภูมิและความหยั่งรู้เป็นความ- จ้าที่แจ่มใส ความคิดที่กระจ่างเป็นอารมณ์ของการใช้ ความคิดสร้างสรรค์ใหม่ๆ เป็นสีที่กระตุ้นให้เกิด การมอง โลกในแง่ดีในทางตรงกันข้ามสีเหลืองเข้มกลับกลายเป็นสัญลักษณ์ของความหวาดกลัว

6 สีน้ำเงิน

สีน้ำเงินเป็นความหมายของการสงบเย็น สุขุมเยือกเย็น หนักแน่นและละเอียด รอบคอบสีน้ำเงินเป็นสีที่มีความหมายเกี่ยวโยงกับจิตใจได้ สูงกว่าสีเหลือง มีความหมาย ถึงกลางคืนจึงทำให้เรารู้สึก สงบได้ลึกกว่าและผ่อนคลายกว่า เราจะยิ่งเข้าสู่ความสงบ และสงบได้อย่างลุ่มลึกเมื่อสัมผัสกับสีน้ำเงิน ที่เข้มขึ้นแต่ถ้าเป็นสีน้ำเงินอ่อนจะทำให้เรารู้สึกปกป้องจากภารกิจตลอดจน กิจกรรมที่เกิดขึ้นในแต่ละ วัน ดังนั้นสีน้ำเงินจึงมักนำมาบำบัดคนที่นอนไม่หลับ เป็นสีของห้องนอน สีน้ำเงินเป็นสีที่ความคุม จิตใจภายใน ให้เกิดความรู้สึกกระจ่างและสร้างสรรค์ สีน้ำเงินเข้มแต่ยังไม่ถึงขั้นสีกรมท่ามีอิทธิพล อย่างสูงต่อการกดหรือกล่อม ประสาทและจิตใจเป็นสีที่เข้าถึงสัญชาตญาณและลาง สัมผัสจิตใต้สำนึก ของเราได้คืออย่างไรก็ตามสีน้ำเงินที่เข้าสู่โทนดำหรือมืดมากขึ้นยังหมายถึงความ โศกเศร้าอย่างที่สุด หรืออารมณ์ที่เศร้าสุดขีดด้วย จึงควรระวังในการนำ ไปใช้ สีน้ำเงินช่วยช่วยให้ระบบหายใจสมดุล รักษา โรคความดันโลหิตสูง ในแง่จิตวิทยา สีน้ำเงินช่วยสร้างแรงบันดาลใจและการแสดงออกทางศิลปะ

7 สีฟ้า

สีฟ้าเป็นสีที่ให้ความรู้สึกสงบเยือกเย็น เป็นอิสระ ปลอดภัยสบาย ปลอดภัย ใจเย็นและ สามารถระงับความกระวนกระวายในใจได้ด้วย

8 สีม่วง

สีม่วงเป็นสีการดูแลและปลอบโยนช่วยให้จิตใจสงบและอดทนต่อความรู้สึกที่โศกเศร้าหรือสูญเสียที่มากกระทบจิตใจและประสาท สีม่วงเฉดต่างๆ ยังช่วยสร้างสมดุล ของจิตใจให้ฟื้นกลับมาจากภาวะตกต่ำหรือความเศร้าที่ครอบงำอยู่ สีครามจะเป็นสีที่มีพลังมากเป็นสีที่ไปกระตุ้นสมองให้มีความฮึกเหิม กระตุ้นให้เกิดความคิดสร้างสรรค์และ สัญชาตญาณ สีครามเป็นสีที่เข้าไปครอบงำประสาทได้เป็นอย่างดี สีม่วงเป็นสีที่เข้าไป เปลี่ยนแปลงการสื่อสารระดับลึกเข้าไปแทนที่และต่อสู้ กับความกลัวและความตกใจเข้าไปชำระล้างสิ่งที่รบกวนอยู่ในสมองซึ่งสีม่วงมัก เข้าไปเชื่อมโยงกับสื่อแขนงอื่นๆ ศิลปะ ดนตรี และความลึกกลับเป็นสีที่มีอิทธิพลต่อความรู้สึกทางด้านความสวยงาม ปรัชญาชั้นสูง กระตุ้นให้เกิดความคิดสร้างสรรค์ แรงบันดาลใจก่อให้เกิดความเห็นอกเห็นใจสีม่วงยังเป็นสีที่มีอิทธิพลต่อความเชื่อที่ลึกกลับทางจิตวิญญาณ อย่างไรก็ตามคนที่ ได้รับอิทธิพลของสีดังกล่าวจะต่อต้านชีวิตและสังคมที่เต็ม ไปด้วยสีสันแต่จะสนใจเรื่อง จิตวิญญาณมากกว่า

9 สีม่วงคุด

สีม่วงคุดเป็นสีที่ช่วยให้เราไม่รู้สึกความหมองหม่น วิตกกังวลต่อเรื่องใดเรื่องหนึ่ง หรือความรู้สึกโกรธหรือผิดหวัง สีม่วงคุดทำให้จิตใจเราเบิกบานขึ้นทั้งนี้เพราะอิทธิพล ของสีที่ผสมกันระหว่าง สีแดงกับสีม่วง ซึ่งมักจะเกี่ยวข้องกับความรู้สึกสงสาร เมตตา ช่วยเหลือเป็นการปลุกปลอบให้ฟื้นขึ้นมาสีม่วงคุดก็เหมือนกับสีม่วงเป็นสีที่ เพิ่มความรู้สึกปลอดภัยจากอันตรายและความน่ากลัวทั้งหลายมักจะเป็นสีที่มี ความหมายถึงการ ผ่อนคลายอย่างลึกซึ้งแต่สีม่วงคุดไม่เหมาะกับคนที่ เป็นโรคซึมเศร้าเรื้อรัง ผักผลไม้ในกลุ่มสีนี้จะพบสารกลุ่มแอนโทไซยานินและ โฟโนลิกที่เป็นตัวลดอัตราเสี่ยงการเกิดโรค มะเร็งช่วยรักษาระบบทางเดินปัสสาวะ และช่วยในเรื่องความจำ

10 สีขาว

สีขาวเป็นสีที่หมายถึงความบริสุทธิ์อย่างยิ่ง จัดอยู่ในกลุ่มของการปกป้องสร้าง สันติ สบายช่วยบรรเทาอารมณ์ตกใจหรือหวาดวิตก ส่งเสริมให้จิตใจสะอาดบริสุทธิ์ มีพลังทางความคิดและจิตใจ นอกจากนี้ยังหมายถึงความเยือกเย็นและการแยกหรือ ปลีกวิเวกก็ได้

11 สีดำ

สีดำเป็นสีที่มีความหมายทั้งในแง่ของความสะกดสบาย การปกป้องและ ความลึกลับมักจะเข้าไปเกี่ยวข้องกับความเจ็บปวด มีความหมายของหนทางอันมี ลักษณะอัน ไกลโพ้นนอกจากนี้ยังหมายถึงพลังชีวิตที่ถดถอยหรืออ่อนล้าหมดพลังและลึกลับสีดำยังเป็นสีที่ขัดขวางการเจริญเติบโตและการเปลี่ยนแปลงเป็นการปิดบังอำพรางจากโลกภายนอก

12 สีน้ำตาล

สีน้ำตาลเป็นสีของแผ่นดิน สีน้ำตาลให้ความรู้สึกมั่นคง ลดความรู้สึกที่ไม่ ปลอดภัยอย่างไรก็ตามสีน้ำตาลมักเกี่ยวข้องกับการเติมเต็ม ของความรู้สึกบำบัด จากความเศร้าโศกความรู้สึกคับอกคับใจสีนี้มักจะนำไปช่วยเหลือคนที่ รู้สึกหมดคุณค่าในตัวเอง

ภาพกับอารมณ์ความรู้สึก

เส้น คือ ร่องรอยที่เกิดจากเคลื่อนที่ของจุด หรือถ้าเรานำจุดมาวางเรียงต่อ ๆ กันไป ก็จะเกิดเป็นเส้นขึ้น เส้นมีมิติเดียว คือ ความยาว ไม่มีความกว้าง ทำหน้าที่ เป็นขอบเขต ของที่ว่าง รูปร่าง รูปทรง น้ำหนัก สีสถลอคจนกลุ่มรูปทรงต่างๆรวมทั้งเป็นแกนหรือ โครงสร้างของรูปร่างรูปทรง

เส้นเป็นพื้นฐานที่สำคัญของงานศิลปะทุกชนิด เส้นสามารถให้ความหมาย แสดงความรู้สึกและอารมณ์ได้ด้วยตัวเอง และด้วยการสร้างเป็นรูปทรงต่าง ๆ ขึ้น เส้นมี 2 ลักษณะคือ เส้นตรง (Straight Line) และ เส้นโค้ง (Curve Line) เส้นทั้งสองชนิดนี้ เมื่อนำมาจัดวางในลักษณะต่าง ๆ กัน จะมีชื่อเรียกต่าง ๆ และให้ความหมาย ความรู้สึก ที่แตกต่างกันอีกด้วย

1 ลักษณะของเส้น

1. เส้นตั้ง หรือ เส้นตั้ง ให้ความรู้สึกทางความสูง สง่า มั่นคง แข็งแรง หนักแน่น เป็นของความซื่อตรง
2. เส้นนอน ให้ความรู้สึกทางความกว้าง สงบ ราบเรียบ นิ่ง ผ่อนคลาย
3. เส้นเฉียง หรือ เส้นทะแยงมุม ให้ความรู้สึก เคลื่อนไหว รวดเร็ว ไม่มั่นคง
4. เส้นหยัก หรือ เส้นซิกแซก แบบฟันปลา ให้ความรู้สึก เคลื่อนไหว อย่างเป็นจังหวะมีระเบียบไม่ราบเรียบ น่ากลัว อันตราย ขัดแย้ง ความรุนแรง
5. เส้นโค้ง แบบคลื่น ให้ความรู้สึก เคลื่อนไหวอย่างช้า ๆ ลื่นไหล ต่อเนื่อง สุภาพอ่อนโยน นุ่มนวล

6. เส้นโค้งแบบก้นหอย ให้ความรู้สึกเคลื่อนไหว คลื่นคลาย หรือเติบโตในทิศทางที่ หมุนวนออกมา ถ้ามองเข้าไปจะเห็นพลังความเคลื่อนไหวที่ไม่สิ้นสุด
7. เส้นโค้งวงแคบให้ความรู้สึกถึงพลังความเคลื่อนไหวที่รุนแรง การเปลี่ยนทิศทางที่รวดเร็วไม่หยุดนิ่ง
8. เส้นประ ให้ความรู้สึกที่ไม่ต่อเนื่อง ขาด หาย ไม่ชัดเจน ทำให้เกิดความเครียด

2 ความสำคัญของเส้น

1. ใช้ในการแบ่งที่ว่างออกเป็น ส่วน ๆ
2. กำหนดขอบเขตของที่ว่าง หมายถึง ทำให้เกิดเป็นรูปร่าง (Shape) ขึ้นมา
3. กำหนดเส้นรอบนอกของรูปทรง ทำให้มองเห็นรูปทรง (Form) ชัดขึ้น
4. ทำหน้าที่เป็นน้ำหนักอ่อนแก่ ของแสดงและเงา หมายถึง การแรเงาด้วยเส้น
5. ให้ความรู้สึกด้วยการเป็นแกนหรือ โครงสร้างของรูป และ โครงสร้างของภาพ

เสียงกับอารมณ์ความรู้สึก

เสียง(Sound) มีอิทธิพลต่อมนุษย์ในด้านต่าง ๆ ร่างกาย จิตใจ ความรู้สึกนึกคิด อารมณ์ สมอง ประวัติศาสตร์ ประเพณีวัฒนธรรมของสังคม วิถีชีวิต จากทฤษฎีของ เสียงที่พิสูจน์ได้ว่าเสียงมีอำนาจ มีอำนาจอยู่ที่ไหน ก็จะมีเสียงอยู่ที่นั่น มีเสียงอยู่ที่ไหน อำนาจก็จะอยู่ที่นั่นด้วย ดังนั้น พิธีกรรมของมนุษย์ทุก ๆ พิธีกรรมจึงประกอบด้วยเสียง (ดนตรี) ตั้งแต่เสียงสวดมนต์ภาวนาเสียงตีเกราะเคาะไม้ เสียงคิดสิติเป่า แม้แต่เสียง จุดประทัด ในเทศกาลตรุษจีน หรือจุดประทัดของชาวเรือประมง ที่จะออกทะเลเพื่อหาปลา เสียงปืนใหญ่ยิงเพื่อยกย่องในงานศพของวีรบุรุษ เสียงกลองยาว แตรวง งานบวช ซึ่งล้วนเป็นเสียงแสดงถึงอำนาจและเป็นหุ่นส่วนของพิธีกรรมทั้งสิ้น

จากทฤษฎีของเสียงมีอำนาจ อำนาจของเสียงสร้างเป็นพลังงานที่เปลี่ยนจาก เสียงสร้างให้เกิดความเคลื่อนไหว ความเคลื่อนไหวที่เกิดขึ้นก็จะทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงและการเปลี่ยนแปลงทำให้เกิดการพัฒนา เมื่อมีการพัฒนามาก ๆ ก็จะสร้างให้ เกิดความเจริญ ยิ่งพัฒนามากก็ยิ่งเจริญมากขึ้นด้วย ทั้งนี้ก็เพราะมนุษย์ต้องการความเจริญ ความเจริญเป็นความหวังเป็นความปรารถนาของชีวิต และความเจริญเป็นความมีชีวิตชีวา

เสียงดนตรีมีอิทธิพลต่อร่างกาย เมื่อร่างกายสัมผัสต่อเสียงดนตรี จังหวะดนตรีมี อิทธิพลทำให้ร่างกายเคลื่อนไหวขยับตามจังหวะเสียงดนตรีมีอิทธิพลต่อจิตใจทำให้เกิดความรู้สึกถึงความเป็นปัจจุบันทำให้นึกถึงอดีตและทำให้นึกถึงอนาคตดนตรีทำให้อารมณ์เปลี่ยนไปตามมิติของของกาลอวกจะเป็นอารมณ์ที่หววนรำลึกถึงอดีตอาจจะเป็นการสร้างอารมณ์ปัจจุบันและอาจจะสร้างให้เกิด

จินตนาการได้เสียงดนตรีมีอิทธิพลต่อจิตใจ “เสียงใส ใจสะอาด” เป็นอิทธิพลที่เกี่ยวกับเสียงโดยตรง เนื่องจากเสียงออกมาจาก จิตใจ เมื่อใจรู้สึกเป็นอย่างไรก็จะถ่ายทอดเป็นเสียง ออกมาเป็นอย่างนั้น ในขณะเดียวกัน เสียงที่ออกมาจากจิตใจ ความสุขและความ ทุกข์ ได้อาศัยเสียงระบายออกมาภายนอกซึ่ง ทำให้จิตใจผ่อนคลายลงได้ โดยธรรมชาติ ดนตรีจึงเป็นส่วนหนึ่งของชีวิตและจิตใจ

เสียงดนตรีทำให้สมองรับรู้ เส้นประสาทสมองขยายตัวเมื่อสัมผัสกับเสียง ดนตรีที่ดี ทำให้สมองตื่นตัวกับเสียงที่ได้ยิน เสียงดนตรีบ่งบอก ประวัติศาสตร์บ่งบอก ความเป็นมา บ่งบอกประเพณี บ่งบอกวัฒนธรรมของสังคมและบ่งบอกวิถีชีวิตของคน ในแต่ละสังคมนั้น ๆ

เสียงดนตรี(Music) เป็นเสียงที่ไพเราะเป็นเสียงที่ละเอียดสร้างขึ้นด้วยความ ตั้งใจด้วยการประดิษฐ์เสียงอย่างประณีตและบรรจง มนุษย์สร้างเสียงขึ้นเพื่อให้มนุษย์ด้วยกันฟัง มนุษย์เป็นผู้สร้างมาตรฐาน ของความไพเราะ โดยอาศัยความรู้สึกที่ดีเอา เสียงที่ไพเราะงดงาม นำแต่ละเสียงมาเรียงร้อย ให้ปะติดปะต่อกันจนกลายเป็น บทเพลง ที่ไพเราะ ดนตรี เป็นศิลปะที่มนุษย์ได้สร้างขึ้น ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับวัตถุประสงค์ของการใช้ตามความปรารถนาของมนุษย์ซึ่งดนตรีอาจจะรับใช้ในฐานะที่เป็นส่วนประกอบของพิธี กรรม หรือดนตรีอยู่ในฐานะของความบันเทิง

เสียงหยาบ (Noise) เป็นเสียงรบกวนและเป็นเสียงที่มนุษย์ไม่ปรารถนาการ แยกแยะระหว่างเสียงที่ชอบและเสียงที่ไม่ชอบขึ้นอยู่กับอำนาจว่ามีสิทธิ์ที่จะชอบหรือมีสิทธิ์ที่จะไม่ชอบเพราะความชอบและความไม่ชอบขึ้นอยู่กับวิถีชีวิตและรสนิยม อย่าง ไรก็ตามแม้จะเป็นเสียงที่ หยาบ แต่เสียงก็เป็นจุดศูนย์รวมของอำนาจด้วยเหมือนกัน

มนุษย์จะเลือกเสียงที่อบอุ่นละมุนละไมเลือกเสียงที่กังวานเลือกเสียงที่ ไพเราะ เลือกเสียงที่ชอบมากกว่าที่จะเลือกเสียงกระด้าง ดังนั้นเสียงที่ไพเราะหรือ จะเรียกว่า เสียงดนตรี จึงมีอำนาจมากกว่าเสียงรบกวน

บทที่ 5

ขั้นตอนการทำงาน

สรุปขอบเขตของการออกแบบกราฟฟิกสำหรับศิลปิน

การออกแบบกราฟฟิกสำหรับศิลปินจะทำให้ผู้คนเข้าใจถึงเนื้อหาของคนตรึมากขึ้นเพราะกราฟฟิกที่ออกแบบมาจะเป็นตัวสื่อความหมายให้ผู้ฟังเห็นภาพชัดเจนขึ้นอีกทั้งยังทำให้ตัวศิลปินมีเอกลักษณ์ที่ชัดเจน และมีความน่าสนใจ โฉนกราฟฟิกของศิลปินนั้นประกอบไปด้วย

สัญลักษณ์ (Logo) โลโก้เป็นสิ่งสำคัญที่สุดในการออกแบบอัตลักษณ์สำหรับองค์กร เป็นสัญลักษณ์ของศิลปิน เนื่องจากเป็นสิ่งแรกที่ผู้คนส่วนใหญ่พบเจอและจดจำ

Graphic Element กราฟฟิกประกอบ ใ้กับงานออกแบบต่างๆของศิลปิน

Publication สื่อสิ่งพิมพ์ต่างๆ ที่จัดทำขึ้นเพื่อให้ข้อมูลของพิพิธภัณฑ์ ประกอบด้วย

1. แผ่น CD 1 แผ่น
2. ปกหน้า/หลัง กล่อง CD
3. กล่องบรรจุด้านนอก
4. Poster A3 5 แผ่น
5. Poster A2 1 แผ่น
6. Website ของศิลปิน
7. นามบัตร

Souvenir ของที่ระลึกของศิลปิน ประกอบด้วย

1. เสื้อสีขาว ดำ
2. แก้วน้ำ
3. หมวก
4. พัด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

แนวทางการออกแบบ

รูปแบบสไตล์ที่นำมาใช้ในการออกแบบกราฟฟิก

การออกแบบกราฟฟิกสำหรับศิลปินนี้ได้ใช้สไตล์การออกแบบแบบ Abstract Illustration (ภาพประกอบแอบสแตร็ค) ในรูปแบบ Freeform Lines (รูปทรงเส้น อิสระ) โดยได้รับแรงบันดาลใจจากคลื่นเสียงของดนตรี Electronic การเคลื่อนไหวของอารมณ์ และความรู้สึกของมนุษย์

การออกแบบสัญลักษณ์

การออกแบบ logo เพื่อนำมาใช้เป็นสัญลักษณ์แทนตัวศิลปิน เพื่อให้เป็นที่จดจำ เน้นการใช้สีขาวกับดำเพื่อความเรียบง่าย

สี

สีที่ใช้ในการออกแบบกราฟฟิกศิลปินนี้ เน้นไปที่ขาวดำ กับสีต่างๆที่อ้างอิงจากอารมณ์ของมนุษย์เช่นสีแดงที่มาจากความโกรธ และสีน้ำเงินที่มาจากความเศร้าเพื่อสื่อให้ถึงอารมณ์ความรู้สึกของเพลง

ตัวอักษร

ตัวอักษรที่ใช้ในการออกแบบกราฟฟิกศิลปิน แบ่งออกเป็นสองชุดคือ Saniretro regular และ Geo Sans Light เนื่องจากเป็นตัวอักษรที่มีลักษณะ เรียบง่าย น่าสนใจ และที่สำคัญ คือสามารถเข้ากันได้กับผลงาน

SANIRETRO REGULAR
BY JAVVEE D. ENAGUAS (GRAND CHAOS)

1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 - = [] \ ; ' , . / ! @ # \$ % ^ & * () _ +
A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z

ภาพที่ 7 ภาพตัวอย่างตัวอักษร

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Geo Sans Light

by Manfred Klein

1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 - = [] \ ; ' , . / ! @ # \$ % ^ & * () _ +
 A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z

ภาพที่ 8 ภาพตัวอย่างตัวอักษร



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
 ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

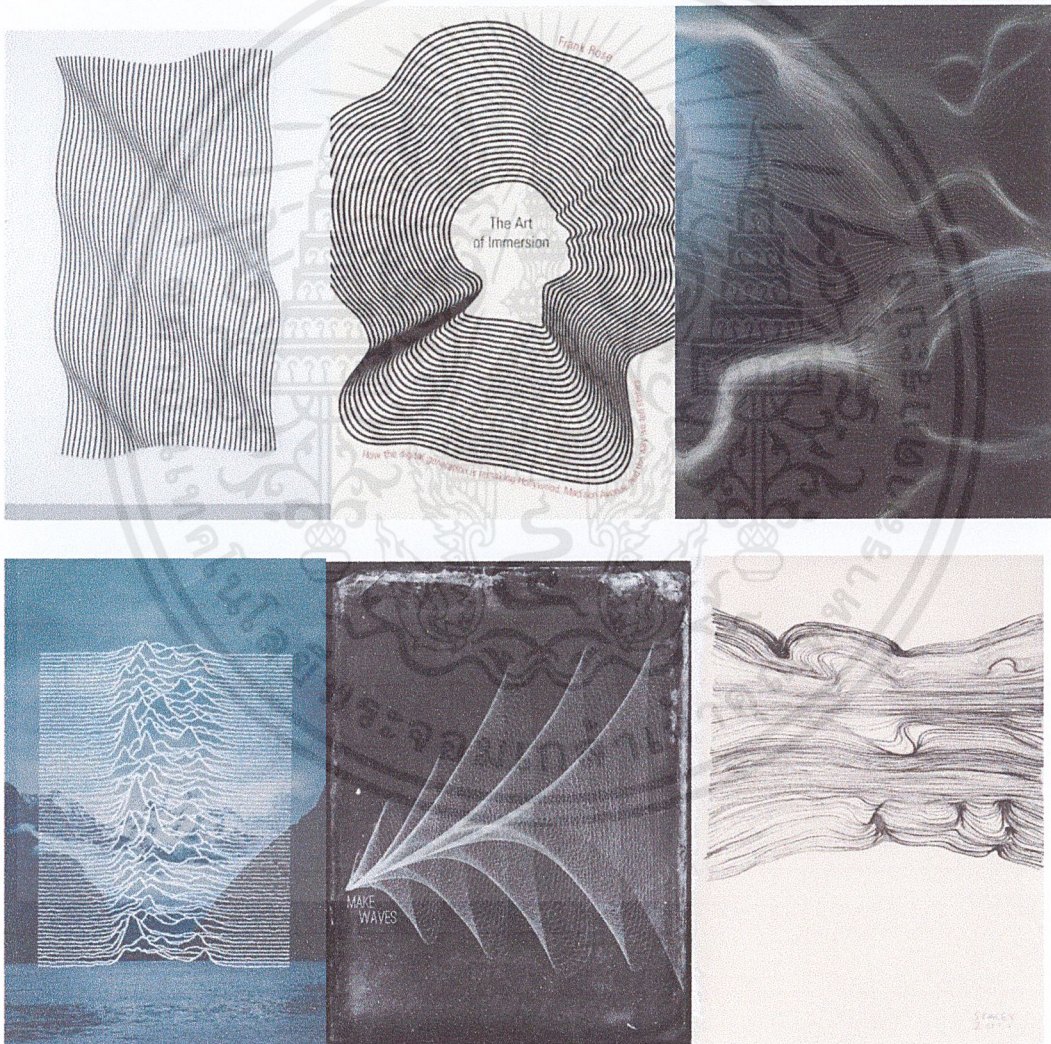
บทที่ 6

การออกแบบ

สรุปประเด็นทางการออกแบบ

สรุปข้อมูลเนื้อหา

เป็นการหาประเด็นสรุปและวิเคราะห์ส่วนที่สำคัญของข้อมูลทั้งหมดเพื่อที่จะทำความเข้าใจเกี่ยวกับเนื้อหา แล้วจึงนำข้อมูลนั้นมากำหนดขอบเขตของงาน



ภาพที่ 9 ตัวอย่างการสรุปข้อมูลเนื้อหา

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ออกแบบกราฟิกเปรียบเทียบอารมณ์ความรู้สึกของคน ตามทฤษฎีสีสากล
ที่ใกล้เคียงมากที่สุด โดยใช้ทฤษฎีจิตวิทยาของสี การศึกษารูปแบบคลื่น
ความร้อนจากร่างกาย ในอารมณ์ต่างๆที่คนรู้สึก

วัตถุประสงค์ของโครงการ

- เพื่อศึกษาทฤษฎีและหาหลักการความคล้ายคลึงกันระหว่างภาพและเสียง
นำไปใช้ในการออกแบบอย่างลงตัวมากขึ้น
- เพื่อส่งเสริมลักษณะเฉพาะตัวของศิลปิน ให้ดูน่าจดจำ และเพิ่มคุณค่าให้ผลงาน
เพิ่มโอกาสให้ผลงานเป็นที่นิยมแพร่หลายมากขึ้น

ภาพที่ 10 ตัวอย่างการสรุปข้อมูลเนื้อหา

ขอบเขตการทำงาน

- โลโก้อัลบั้มและสติ๊กเกอร์
- ปกหน้าหลังกล่องCD
- หนังสือconcept art (ภาพนิ่ง)
- Mini Bookแนะนำอัลบั้ม
- เพลง 5 เพลง
- โหม้ชันกราฟิก 5 แบบ
- CD1แผ่น บรรจุเพลง
- CD1แผ่น บรรจุvideo
- Poster A3 1แผ่น
- กล่องบรรจุด้านนอก



ภาพที่ 11 ตัวอย่างการสรุปข้อมูลเพื่อกำหนดขอบเขตของผลงาน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

แบบร่างสัญลักษณ์และกราฟฟิคอื่นๆ

Logo

แนวคิดในการออกแบบโลโก้ นำมาจากชื่อของศิลปิน MINTH โดยเลือกนำตัวอักษรทั้งหมดมาซ้อนทับกันเพื่อให้ได้ฟอร์มที่สวยงามและเรียบง่าย

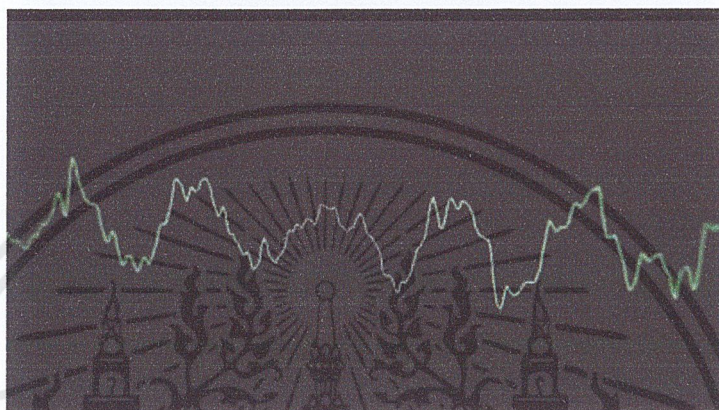


ภาพที่ 12 แบบร่างโลโก้ อย่างหยาบ

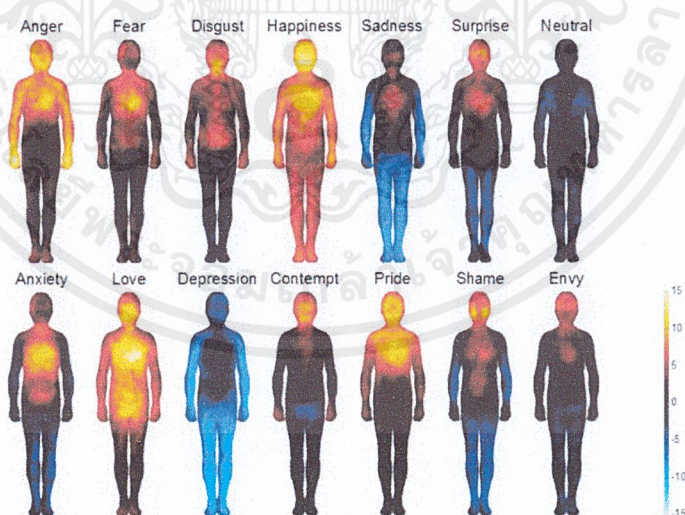
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

แบบร่างกราฟฟีกอื่นๆ

แนวคิดในการออกแบบกราฟฟีกของงานนั้น คือการนำเอาเส้นการสั่นสะเทือนและเคลื่อนไหวของคลื่นเสียง และการเคลื่อนไหวของคลื่นไฟฟ้าจากเซลล์ประสาทสมองมาคัด แปลงให้เกิดเป็นรูปทรงที่ต้องการ โดยในด้านของสีนั้นได้มีการอ้างอิงจากปฏิกิริยาการเคลื่อนไหว และการเปลี่ยนแปลงทางพลังงานในร่างกาย ของอารมณ์และความรู้สึกคน

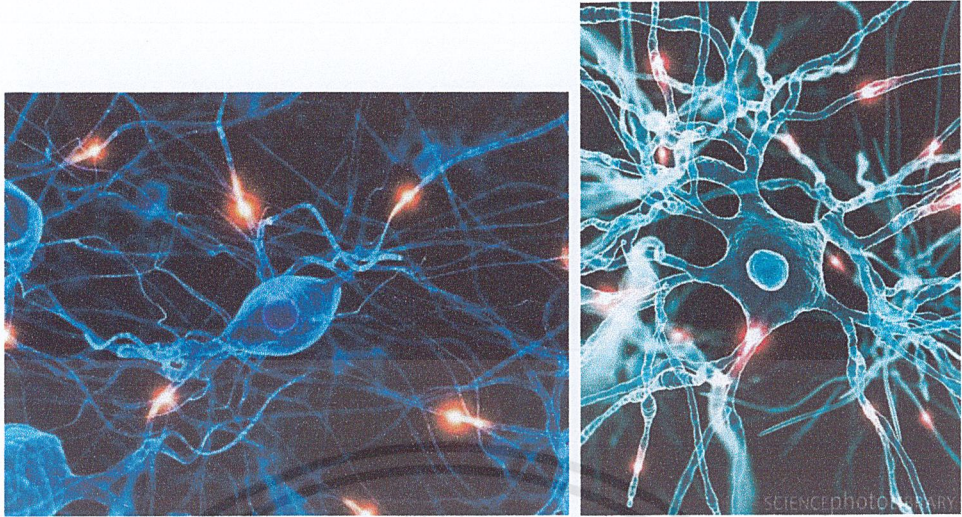


ภาพที่ 13 ภาพเส้นการสั่นสะเทือนและเคลื่อนไหวของคลื่นเสียง



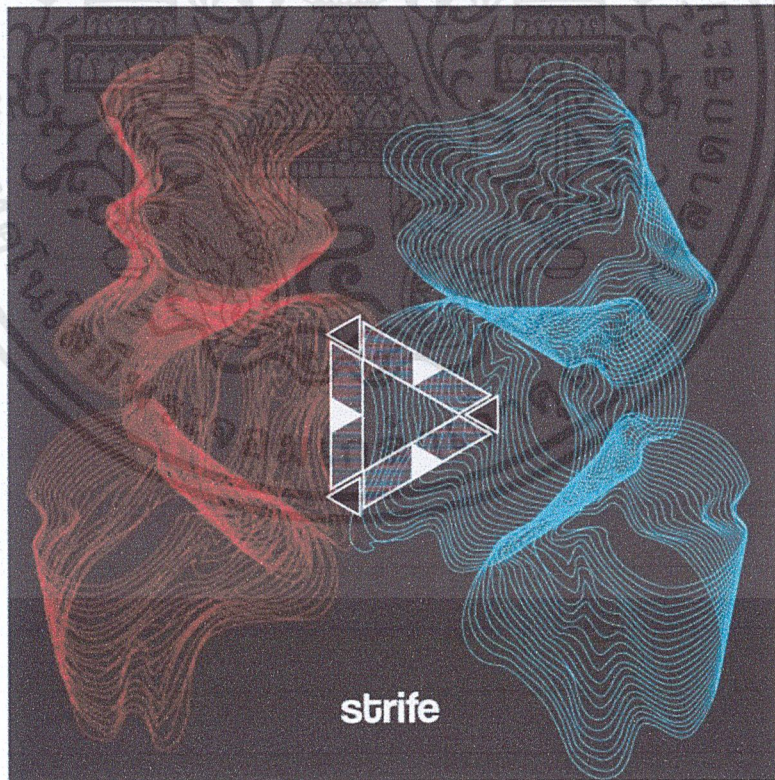
ภาพที่ 14 ภาพปฏิกิริยาการเคลื่อนไหวและการเปลี่ยนแปลงทางพลังงาน
ในร่างกาย ของอารมณ์และความรู้สึกคน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 15 ภาพการเคลื่อนไหวของคลื่นไฟฟ้าจากเซลล์ประสาทในสมอง

1. แบบร่าง หน้าปก CD ด้านนอก



ภาพที่ 16 แบบร่าง หน้าปก CD

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 17 แบบร่างหน้าปก CD



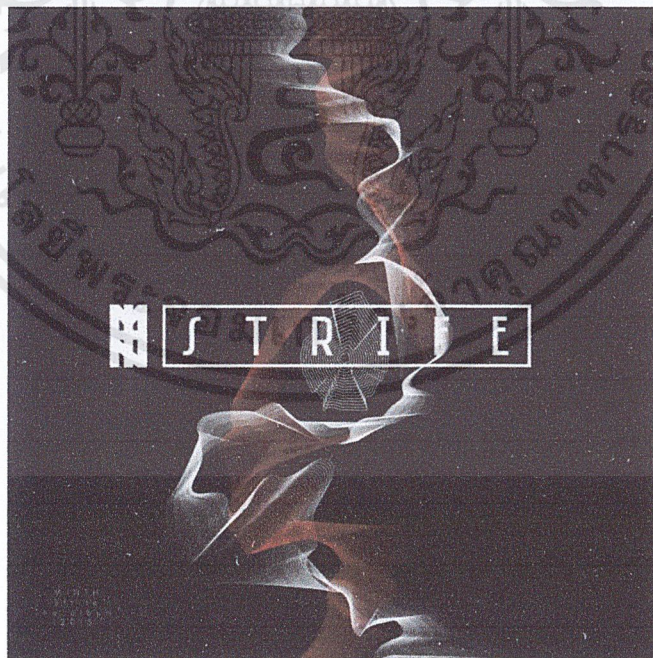
ภาพที่ 18 แบบร่างหน้าปก CD

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2. แบบร่างปก CD ด้านใน



ภาพที่ 19 แบบร่างหน้าปก CD



ภาพที่ 20 แบบร่างหน้าปก CD

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

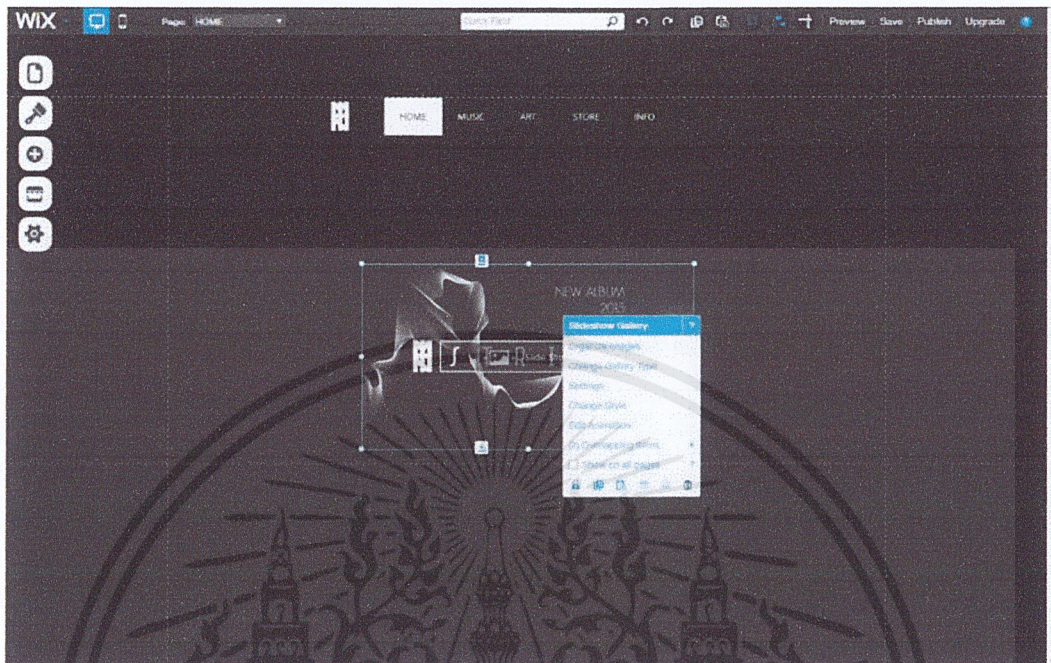
3. แบบร่างกล่องใส่ CD โดยรวม



ภาพที่ 21 ภาพกล่อง CD โดยรวม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

5 แบบร่าง Website ของศิลปิน



ภาพที่ 22 แบบ Website ของศิลปิน

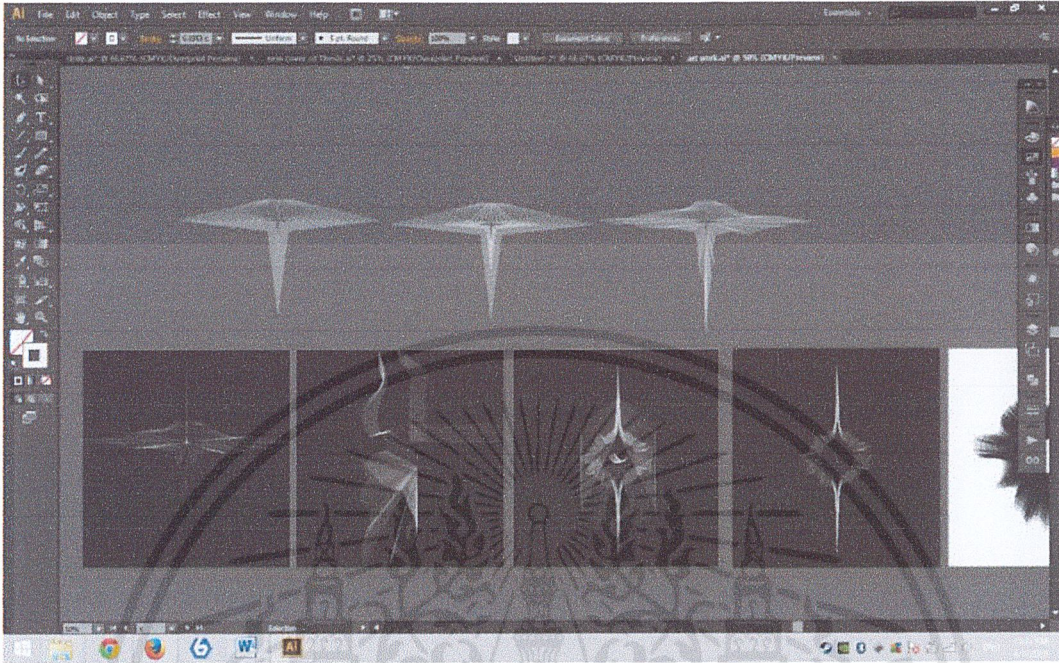
6 แบบร่าง CD บรรจุมusic



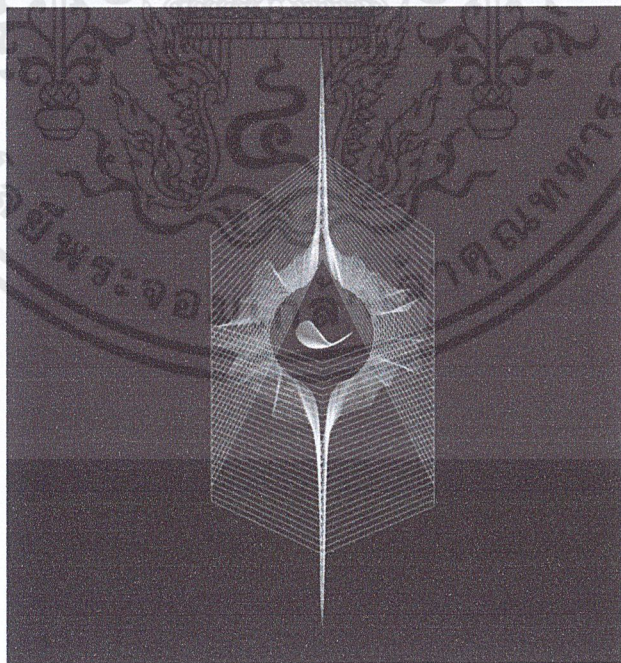
ภาพที่ 23 แบบร่าง CD บรรจุมusic

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

7 แบบร่างPoster

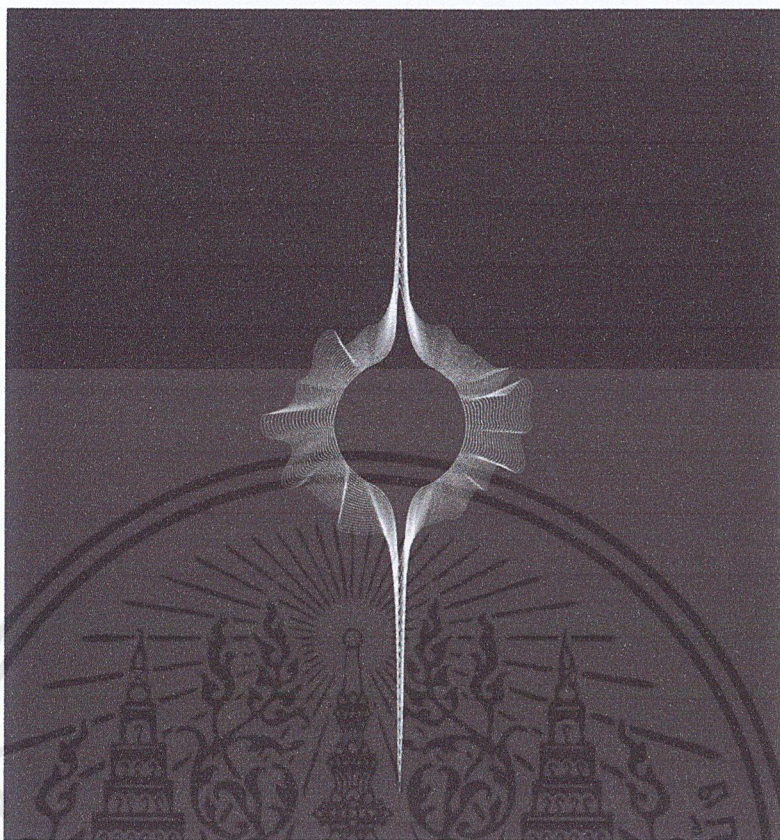


ภาพที่ 24 แบบร่างPoster

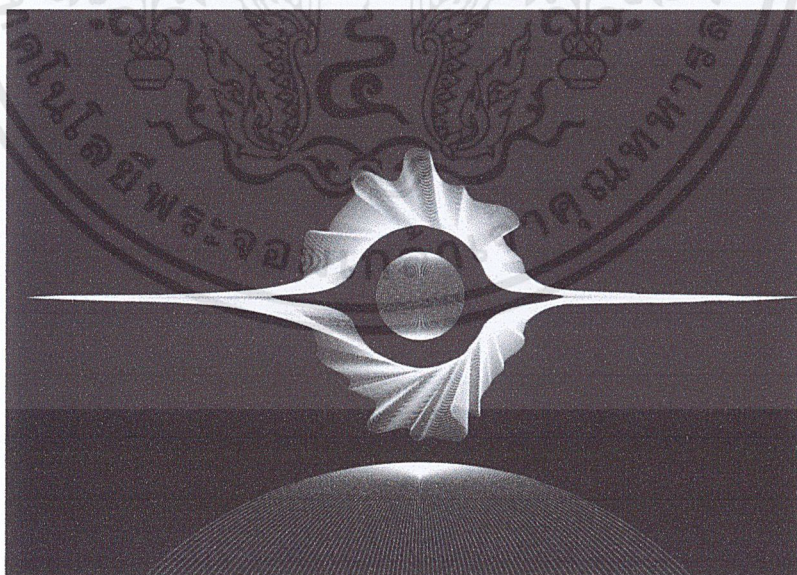


ภาพที่ 25 แบบร่างPoster

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

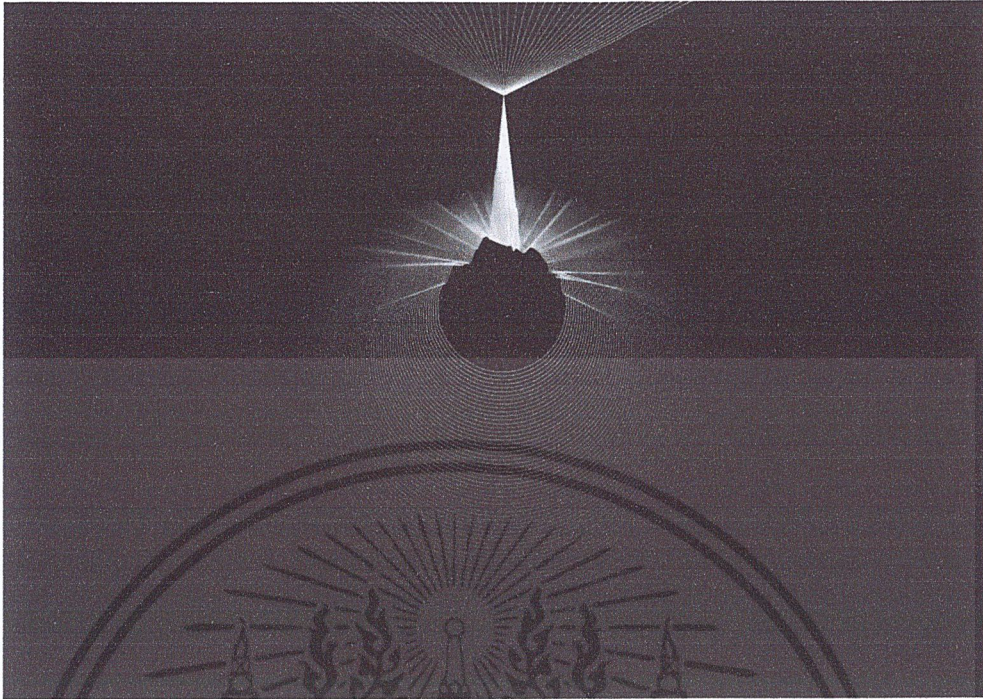


ภาพที่ 26 แบบร่างPoster



ภาพที่ 27 แบบร่างPoster

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 28 แบบร่างPoster

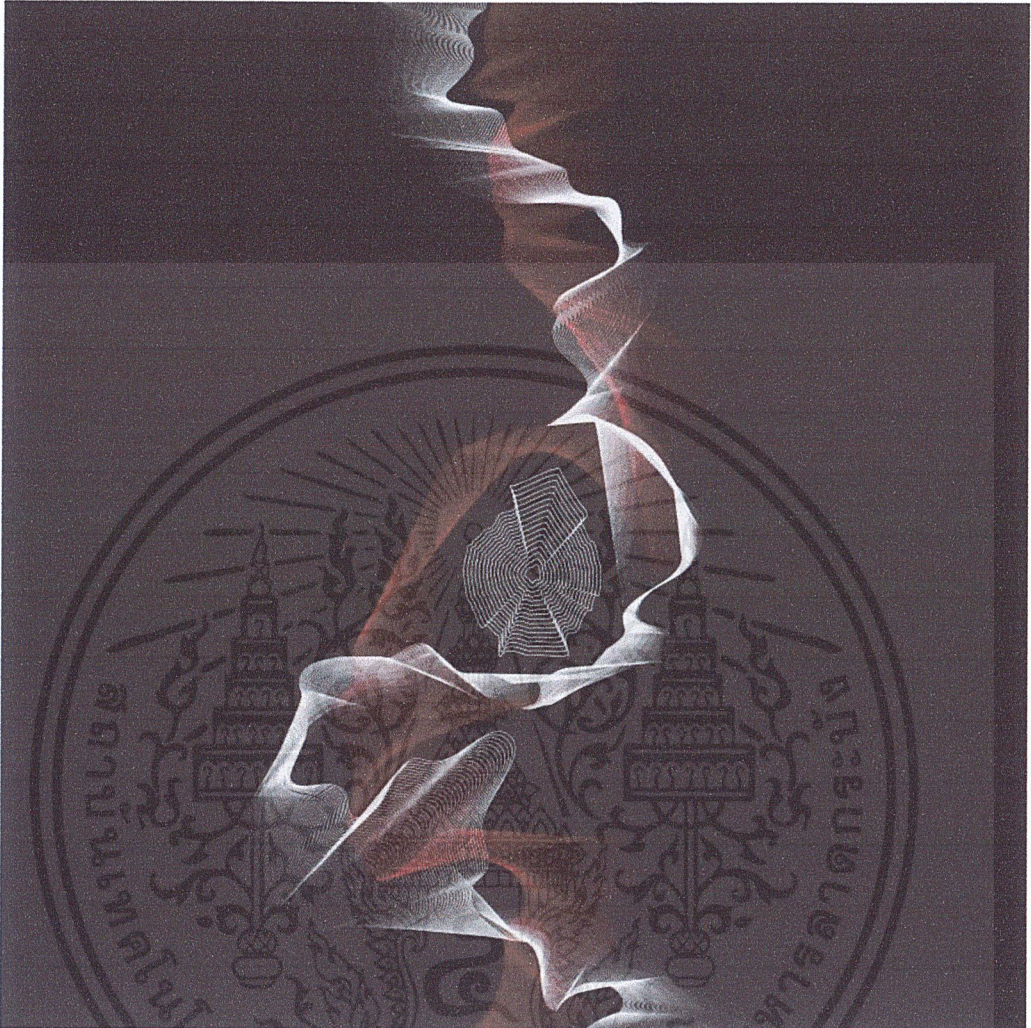
8. แบบร่างกราฟฟิกนามบัตร



ภาพที่ 29 แบบร่างนามบัตร

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

9. คำอธิบายกราฟฟิกจากอารมณ์ของเสียงเพลง



ภาพที่ 30 อารมณ์ความขัดแย้ง

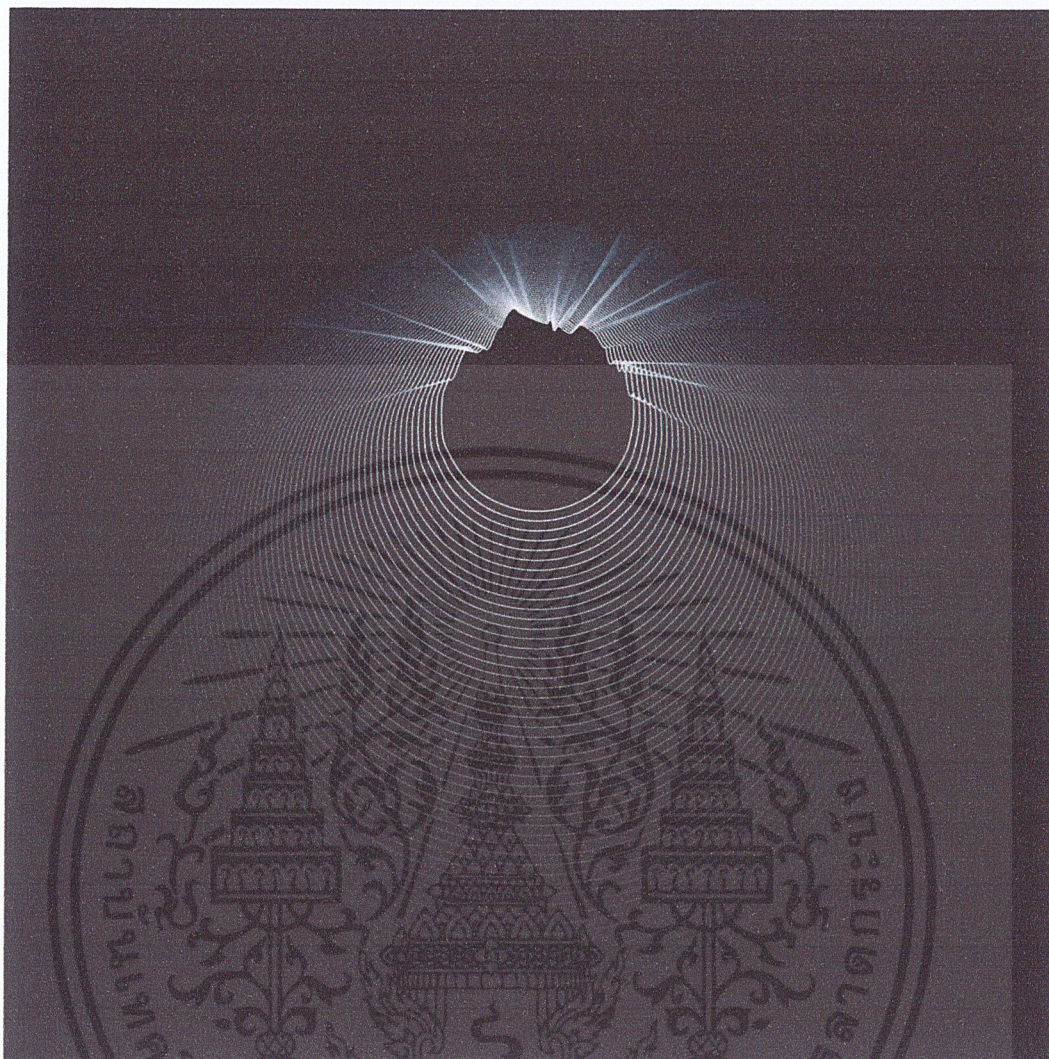
เมื่อพลังงานรอบๆจิตใจที่ไหวเวียนรอบๆเกิดการแบ่งตัวเป็นสองขั้ว เริ่มพยายามจะหลุดกลืนขั้วตรงข้ามมาเป็นฝ่ายตนเองโดยมีจิตใจได้รับผลกระทบความกดดันทุกอย่างอยู่ตรงกลาง จนต้องขยายตัวออกเพื่อจัดการควบคุมเอาชนะพลังงานทั้งสองขั้วให้เกิดกรณีสับสนกันที่สุดในที่สุด



ภาพที่ 31 อารมณ์ความสุข

จิตใจมีรูปร่างเป็นทรงกลม ดูเบาบางแต่มีความแข็งแรงและมีพลังอารมณ์ของความสุข เคลื่อนไหวเป็นคลื่นอย่างอิสระสวยงามอยู่รอบๆ และแผ่ขยายออกไป ทั้งหมดลอยอยู่บนฐานทรงกลม ที่เป็นสัญลักษณ์แทนสัญชาติญาณแสดงให้เห็นว่าเรารู้สึกมั่นคงปลอดภัยแข็งแรง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 32 อารมณ์ความหวัง

ตรงกลางแสดงถึงการเกิดพลังงานความรู้สึกด้านลบ เข้าทำลายจิตใจทำให้เกิดเป็นหลุมดำ เมื่อศูนย์กลางเกิดความเสียหาย โครงสร้างรอบๆเกิดผลกระทบไปด้วยทำให้อ่อนกำลังและจายหายไป ความหวังเป็นพฤติกรรมเคลื่อนไหวของจิตใจที่เสียหายพยายามต่อสู้ดิ้นรน มีการรวบรวมพลังงานที่เหลือทั้งหมดเข้าสู่จุดศูนย์กลาง เพื่อพยายามฟื้นฟูและเยียวยาโครงสร้างทั้งหมดให้กลับมา

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 33 อารมณ์เศร้า

จิตใจถูกโจมตีจากภายในทำให้เกิดเป็นแผลนกรรจ์รุนแรงตรงกลางลามไปทั่วทั้งบริเวณและแพร่กระจายออกไปโครงสร้างรอบๆเกิดการเคลื่อนไหวตอบสนองที่รุนแรงเนื่องจากผลกระทบจากความเสียหายจากตรงกลาง และกำลังถูกดูดกลืนเข้าไปข้างใน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 34 อารมณ์ความกลัว

จิตใจถูกระตุ้นอย่างรุนแรงจากความกลัวจากภายนอกรอบด้าน ทำให้จิตใจเกิดการบิดที่หน้า
หน้าวงเหมือน โดนกระแสไฟฟ้าและเริ่มสร้างความเสียหายให้ตัวเอง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ผลงานสำเร็จ

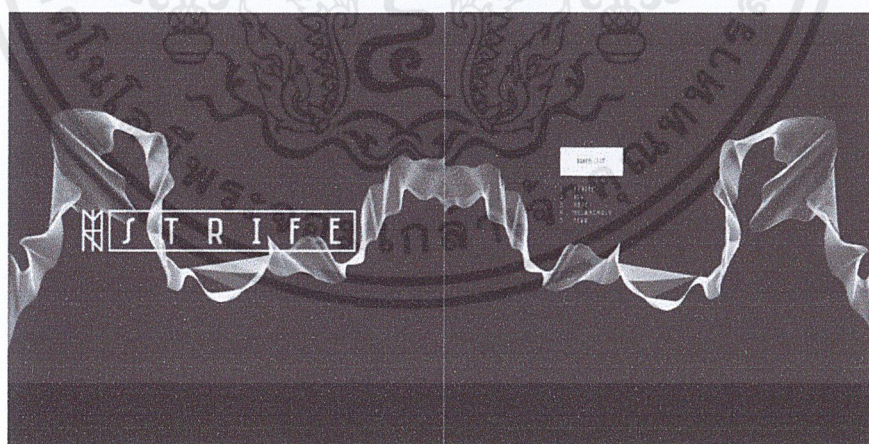
ผลงานสำเร็จ การออกแบบกราฟฟิกสำหรับศิลปิน สำเร็จและบรรลุตามเป้าหมายและขอบเขตงาน ที่กำหนดไว้ดังต่อไปนี้

แผ่น CD 1 แผ่น



ภาพที่ 35 ภาพแผ่น CD

ปกหน้า/หลัง กล่อง CD



ภาพที่ 36 ปกหน้า/หลัง กล่อง CD

กล่องบรรจุภัณฑ์นอก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 37 กล่องบรรจุตุ๋นนอก

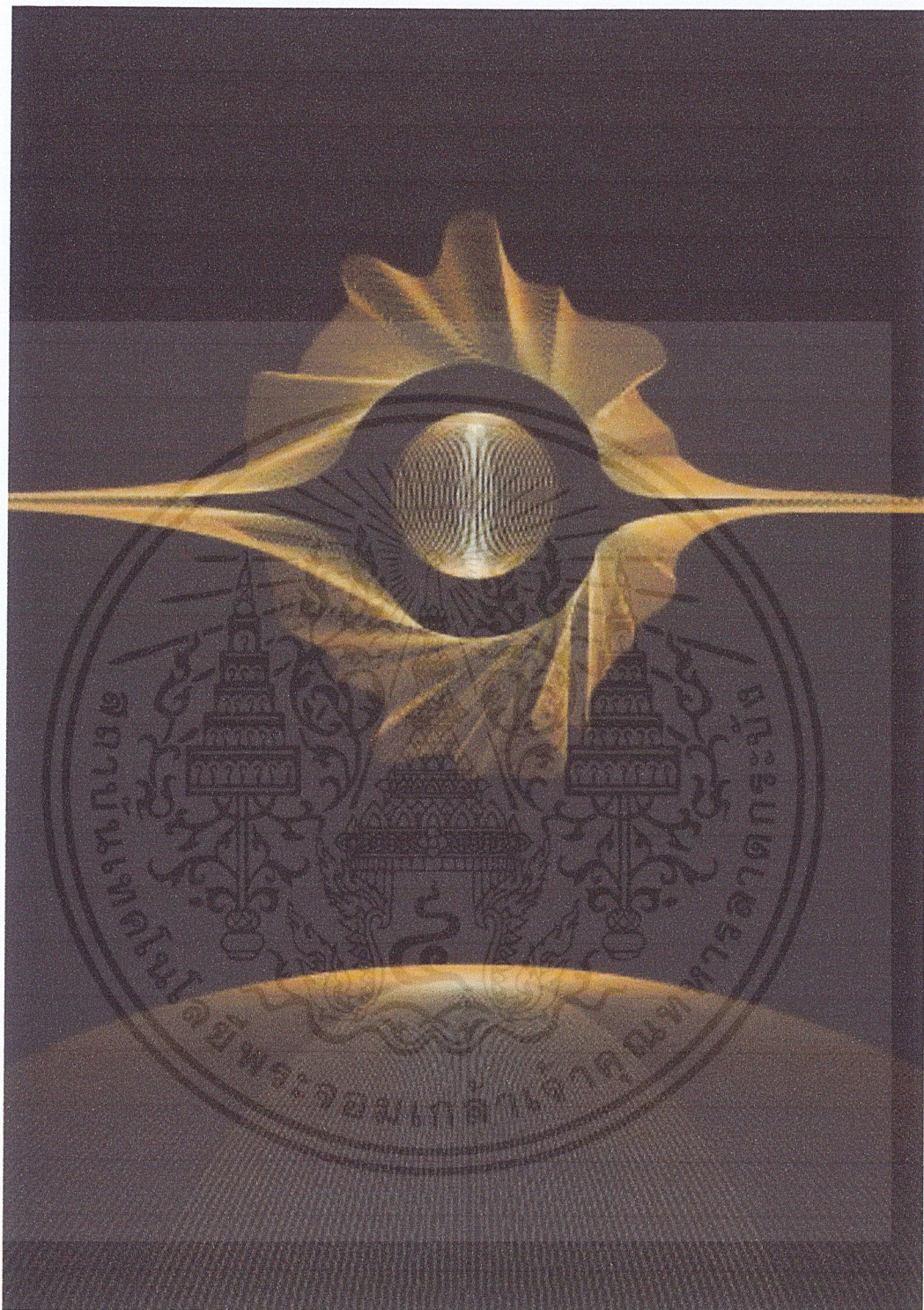
Poster A3 5 แผ่น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



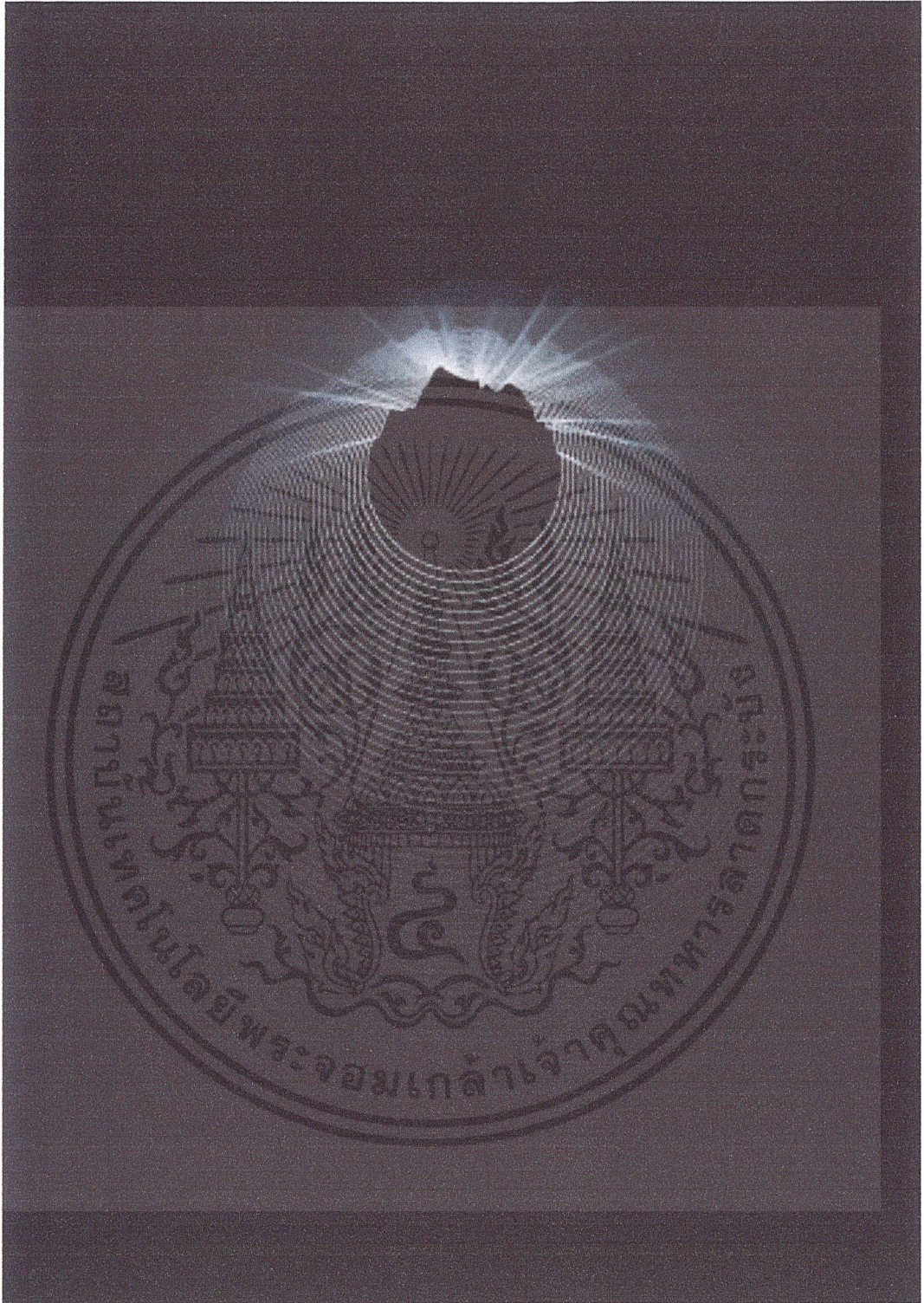
ภาพที่ 38 ภาพโปสเตอร์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



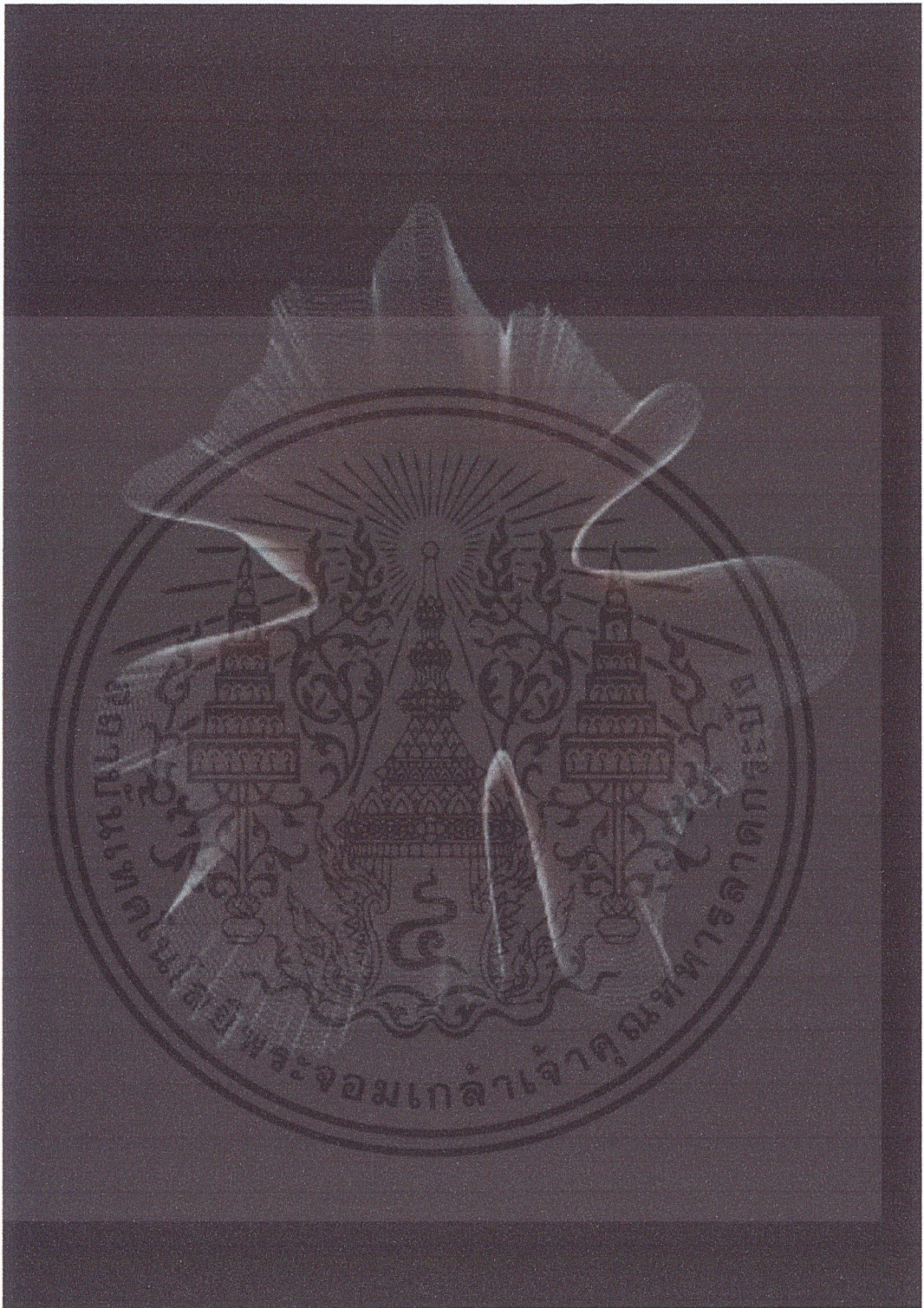
ภาพที่ 39 ภาพโปสเตอร์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



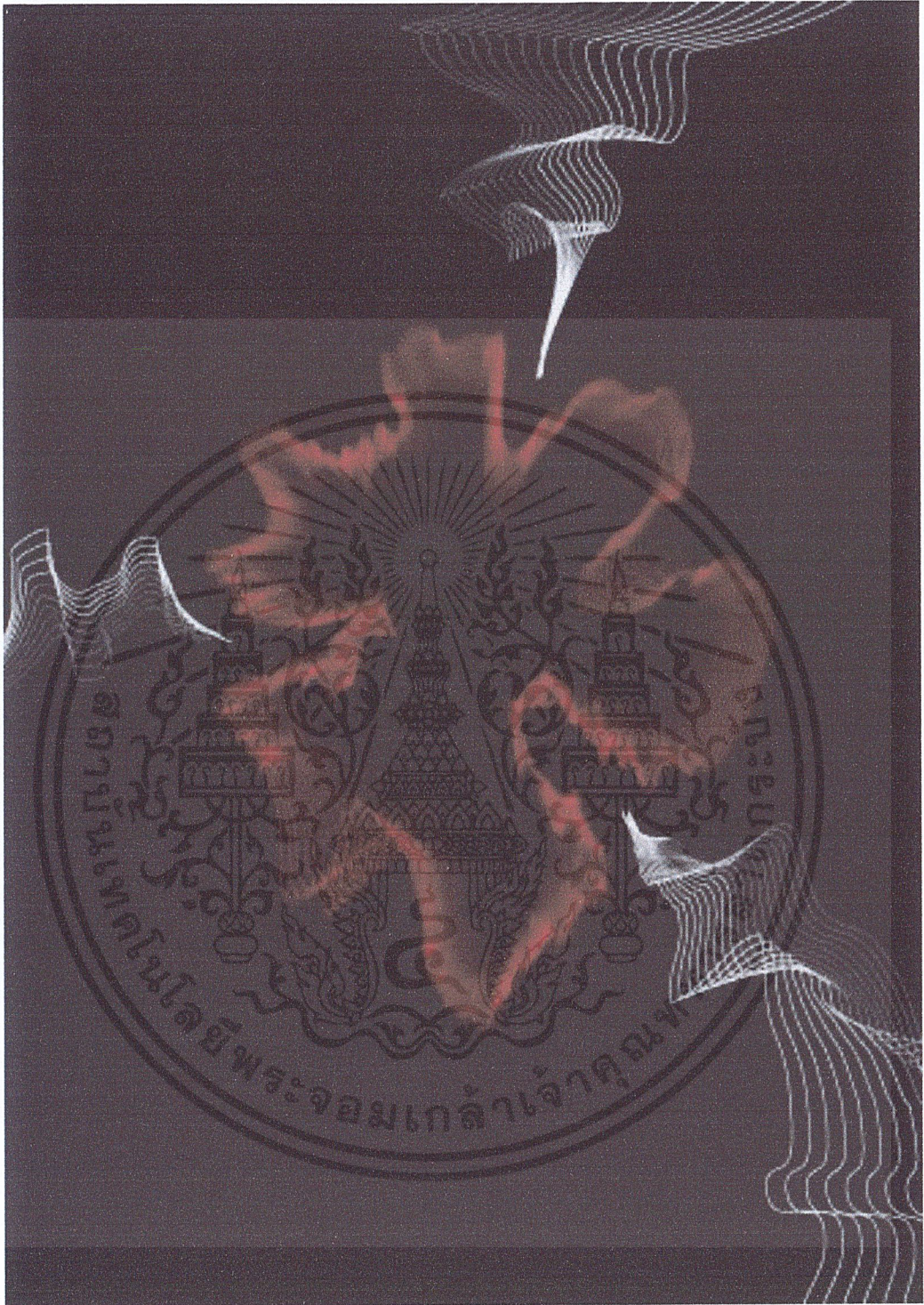
ภาพที่ 40 ภาพโปสเตอร์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 41 ภาพโปสเตอร์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 42 ภาพโปสเตอร์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

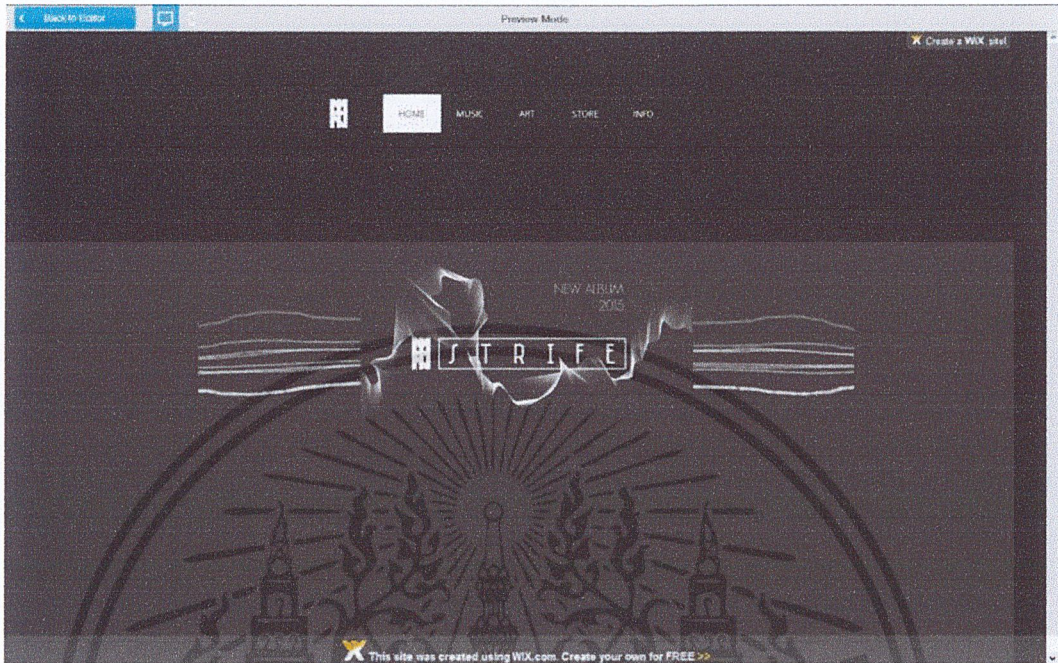
Poster A2 1 แผ่น



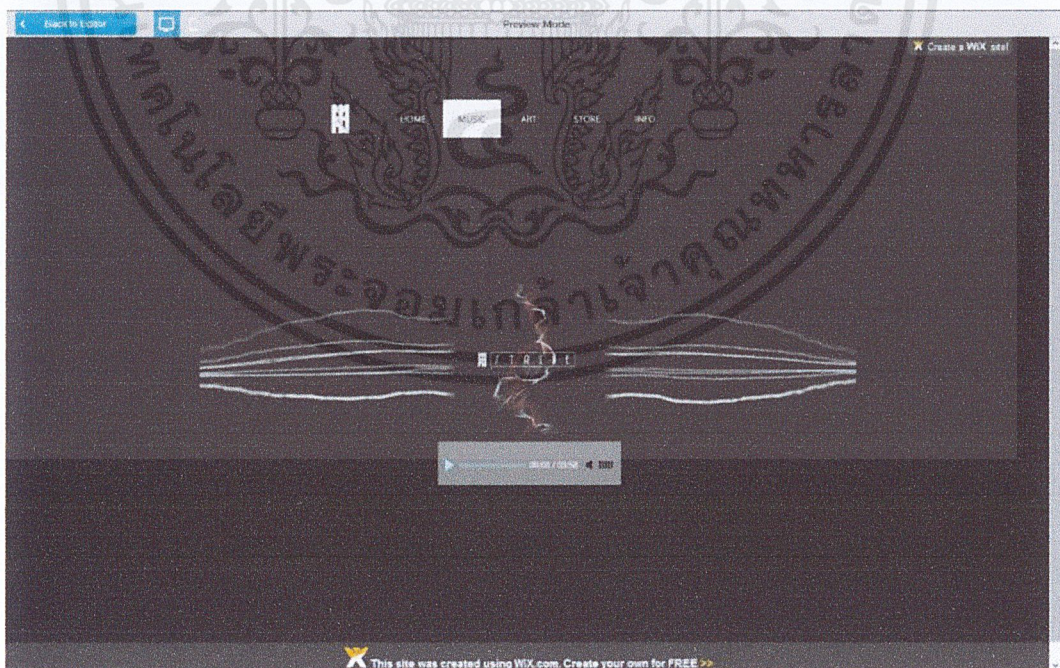
ภาพที่ 43 ภาพโปสเตอร์ A2

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Website ของศิลปิน

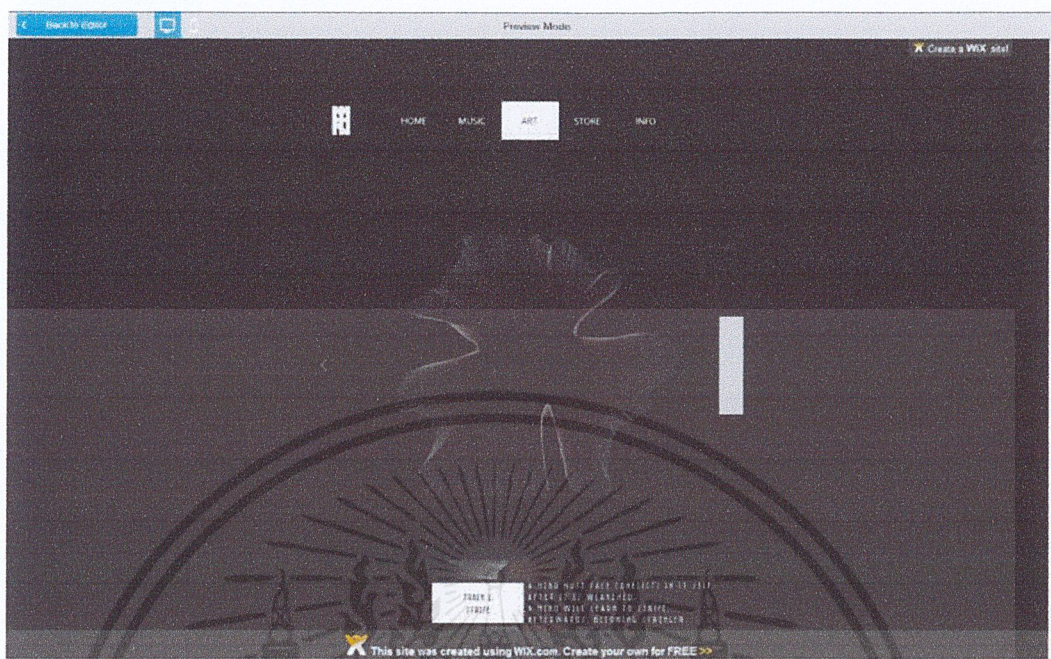


ภาพที่ 44 ภาพWebsite

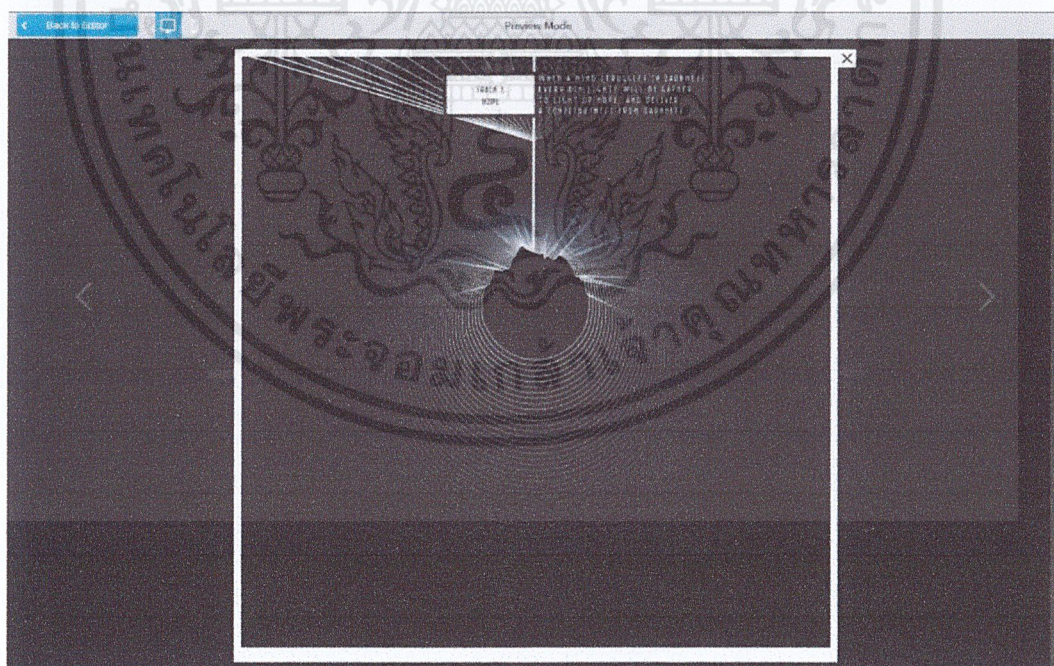


ภาพที่ 45 ภาพWebsite

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

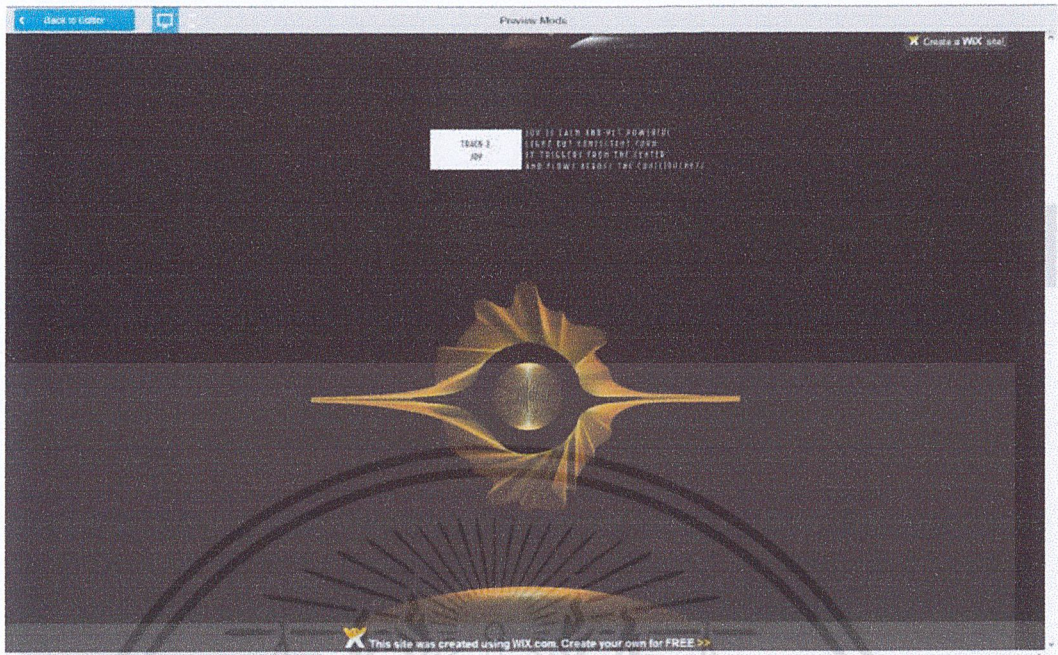


ภาพที่ 46 ภาพWebsite



ภาพที่ 47 ภาพWebsite

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 48 ภาพWebsite



ภาพที่ 49 ภาพWebsite

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

นามบัตร



ภาพที่ 50 ภาพนามบัตร

Souvenir ของที่ระลึกของศิลปิน ประกอบด้วย

1. เสื้อสีขาว ดำ



ภาพที่ 51 ภาพเสื้อสีขาวดำ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2. แก้วน้ำ
3. หมวก
4. พัด



ภาพที่ 52 ภาพหมวก พัด แก้วน้ำ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 6

บทสรุปและข้อเสนอแนะ

บทสรุป

การศึกษาการออกแบบกราฟฟิกศิลป์ในครั้งนี้มีจุดประสงค์เพื่อการศึกษาการออกแบบอัตลักษณ์ที่ดีให้แก่ศิลปิน เพื่อให้เป็นที่จดจำเข้าถึงง่ายและมีความเชื่อมโยงกันระหว่างภาพและเสียงดนตรี หากทำได้เช่นนี้แล้ว ก็ถือว่าประสบความสำเร็จในทำออกแบบ

ปัญหาและข้อจำกัดในการศึกษา

ความสับสนในการนิยามและจำกัดความคอนเซ็ปของอารมณ์แต่ละอารมณ์ เพื่อสามารถใช้ในการออกแบบให้เป็นกราฟิกแบ่งส่วนต่างๆ ได้ และต้องไม่ขัดกับเทคนิคที่ใช้

การทดลองสร้างค้นหาเทคนิคที่เหมาะสมและใกล้เคียงที่สุดที่จะมาจำลองการเคลื่อนไหวของอารมณ์ให้ออกมาเป็นกราฟิกใช้เวลานานเพื่อเรียนรู้เทคนิคหลายๆแบบเพียงเพื่อจะเลือกเทคนิคเดียวเพื่อมาใช้สร้างกราฟิก

เกิดการคลาดเคลื่อน การปรับเปลี่ยน ปรับปรุงแก้ไข ความล้มเหลว ไม่สามารถสร้าง กราฟฟิกได้ตรงตามความต้องการพึงพอใจจากที่สเกชไว้

เกิดปัญหาคอนเซ็ปบางตัวขัดและมีขีดจำกัดกับเทคนิคที่ใช้ เช่นเดียวกับเทคนิคบางอย่างไม่สามารถไปด้วยกันได้กับคอนเซ็ป หรือมีขีดจำกัดไม่สามารถสร้างกราฟิกได้ตามคอนเซ็ป

ข้อเสนอแนะในการศึกษาในอนาคต

การสร้างสรรค้เทคนิคผสมผสานหลายๆอย่างให้ผลงานเป็นสิ่งที่ดี แต่ควรใช้เวลาโดยเฉพาะในการออกแบบเทคนิคใหม่หรือคิดค้นเองควรมีทฤษฎีรองรับแน่นอนมากกว่านี้ หรือข้อมูลอื่นๆเพื่อรองรับผลงาน

บรรณานุกรม

ประวัติความเป็นมาของดนตรีอิเล็กทรอนิกส์เข้าถึงได้จาก :

<http://kokung2013.blogspot.com>

การออกแบบอัตลักษณ์เข้าถึงได้จาก :

<http://sanya-indy.com>

ทฤษฎีความสัมพันธ์ของ ภาพ สี และเสียง เข้าถึงได้จาก :

<http://www.nana-bio.com>

แผนผังการเปลี่ยนแปลงของพลังงานในร่างกายจากอารมณ์ต่างๆของมนุษย์เข้าถึงได้จาก :

<http://www.extremetech.com>



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ประวัติผู้วิจัย

ชื่อ – สกุล

เมธัส แสงแก้ว

ที่อยู่

88/141 หมู่บ้านเคอะซิติ์ปิ่นเกล้า ถนนบรมราชชนนี

แขวงศาลาธรรมสพน์ เขตทวีวัฒนา กรุงเทพมหานครฯ

E-mail : Minthmaytas@windowslive.com

ประวัติการศึกษา

พ.ศ. 2553

สำเร็จการศึกษาระดับมัธยมศึกษา

โรงเรียนอัสสัมชัญธนบุรี

แผนการเรียนศิลป์คำนวณ

จังหวัดกรุงเทพมหานครฯ

พ.ศ. 2557

สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี

คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ ภาควิชานิเทศศิลป์ สาขานิเทศศิลป์

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้